

**КОРПОРАТИВНИЙ КАПІТАЛ:
ЗМІСТ, СТРУКТУРА, ОСОБЛИВОСТІ
РОЗВИТКУ**

Монографія

Корж Н.В.

**Корпоративний капітал:
зміст, структура, особливості розвитку**

Монографія

Київ

2014

ВСТУП

Сучасні процеси забезпечення конкурентних позицій українських товаровиробників на глобальних та внутрішньому ринку вимагають нових підходів до створення конкурентних переваг та відходу від побудови конкурентоспроможності продукції на конкурентних перевагах низького порядку.

Все більшу роль у забезпеченні ефективного функціонування національних економік відіграють такі складові капіталу як людський капітал, соціальний капітал та неуречелений капітал, вартість яких постійно зростає.

Вивчення питань, пов'язаних зі створенням ефективної структури капіталу, яка зможе приносити зростаючу додану вартість та формувати стійкі конкурентні переваги на товарних ринках набуває в сучасних умовах все більшої гостроти.

Питання формування, використання та оцінювання капіталу в економічній літературі не нові. Теорія капіталу розвивалась в працях відомих класиків-економістів та сучасних дослідників, серед яких найбільш відомі: К.Маркс, А.Сміт, Д.Рікардо, А.Маршалл, Б.Кларк, Л.Вальрас, І.Фішер, Й.Шумпетер, Дж. Хікс, Т.Шульц, Г.Беккер, Я.Мінцер, П.Бурдьє, Л.Едвінсон, П.Бурд'є, Дж.Коулмен, М.Уільямс І.Бланк,

ЗМІСТ

Вступ	
Розділ 1. Теоретичні підходи до визначення капіталу. Структура капіталу	
1.1. Сутність і розвиток категорії «капітал» в контексті сучасних економічних поглядів	
1.2. Неуречевлений капітал, його види, сутність, значення і роль у створенні прибавочного продукту	
1.3. Структурна орієнтація корпоративного капіталу	
Розділ 2. Теоретико-методичні засади оцінювання капіталу	
2.1. Дослідження загальних підходів до оцінки капіталу	
2.2. Методи оцінки людського капіталу	
2.3. Методи оцінки неуречевленого капіталу	
2.4. Ресурсний підхід до оцінювання корпоративного капіталу підприємства	
Висновки	
Література	

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАПІТАЛУ. СТРУКТУРА КАПІТАЛУ

1.1. Сутність і розвиток категорії «капітал» в контексті сучасних економічних поглядів

В теперішній час в світовій економічній науці відсутнє єдине трактування категорії капітал. Категорія «капітал» (від нем. «kapital», франц. «capital») дослівно в перекладі означає майно, від лат. capitalis означає головний, основний. До виходу в світ праці К.Маркса «Капітал» господарювало розуміння капіталу як нагромадженого запасу знарядь, сировини, майна, засобів існування, грошей.

А.Сміт трактував капітал як запаси, що нагромаджені для подальшого виробництва. Не зважаючи на помилковість такого погляду на капітал А. Сміт розглядав своєрідність капіталістичного способу виробництва з погляду його сутності і з точки зору закономірностей використання ресурсів, і до капіталу відносив лише ту частину запасів, що призначена для подальшого виробництва і приносить дохід. В подальшому А.Сміт здійснює економічний і технічний аналіз капіталу і розглядає основний і оборотний капітал, його різні сфери застосування і норми нагромадження, позиковий капітал і позиковий процент.

Д.Рікардо також зводив капітал до сукупності засобів виробництва, але він вважав капіталом всю нагромаджену працю і доводив, що не сам капітал створює вартість товару, вона лише переноситься цілком або частинами на новий створений товар. Разом із цим затрати праці і затрати капіталу визначають вартість капіталу.

Жан-Батист Сей висунув теорію трьох факторів виробництва, сутність якої зводиться до того, що у виробництві беруть участь три фактори: земля, капітал і праця. І ці фактори в однаковій мірі беруть участь у створенні

капіталу. Трьом факторам виробництва відповідають три види доходу: рента, прибуток і заробітна плата. Таким чином це стало поштовхом для зміни в економічній свідомості щодо розуміння поняття капіталу, коли поряд із засобами виробництва і майном в якості невід'ємної частини капіталу розглядається праця.

К. Маркс в капіталі розглядає визначену історичну епоху, спосіб виробництва, де в специфічних формах використовуються всі ресурси і фактори, що маються в наявності. Капітал у К.Маркса – це відносини, рух, процес кругообігу, який проходить різні стадії і має три форми.

Капітал – не має вигляд речі, це визначене, суспільне, яке належить до визначеної історичної формації суспільства, виробничі відносини, які представлені у вигляді речі, і надають цій речі специфічний суспільний характер [1, с. 380-381].

Розглядаючи питання про подібні і відмінні риси між формулою простого товарного відтворення і загальною формулою капіталу, потрібно відмітити, що спільне між ними полягає у тому, що обидва кругообігу розпадаються на одні й ті ж протилежні фази: $T - G$, продаж і $G - T$, покупка. В кожній із цих фаз протистоять один одному ті самі два елементи – товар і гроші, вартість в товарній формі та вартість у грошовій формі. В кожній із них протистоять один одному дві особи: покупець і продавець. Оскільки товарний оборот і оборот капіталу – це сукупність актів продажу і покупки, тому перетворення товарної форми вартості у грошову і навпаки є життєвою необхідністю. Без цього перетворення не може здійснюватись ні товарний обіг, ні обіг капіталу. Подібність цих формул свідчить про те, що товарний обіг і обіг капіталу здійснюються у повній відповідності за об'єктивними законами товарного виробництва, і, у першу чергу, у відповідності із законом вартості. Різниця між цими двома формулами говорить про зворотну послідовність тих самих фаз обігу.

При простому товарному обігу товар утворює не тільки вихідний, але й кінцевий пункт кругообігу. Посередником у товарному обігу виступають

гроші. При обігу капіталу вихідним і кінцевим пунктом виступає не товар, а гроші. Посередником у цьому обігу виступає товар.

Рухомим мотивом простого товарного обігу є споживча вартість, споживання, рухомим мотивом обігу капіталу є не споживча вартість товару, не споживання, а власне вартість, нажива.

У результаті руху грошей як капіталу створюється сума більше тієї, яка була первісно авансована. Тому повна форма капіталу приймає вигляд: $G - T - G^1$, де $G^1 = G + g$, тобто первісна сума грошей плюс деяке прирощення. Цей надлишок над первісною вартістю К.Маркс називає прибавочною вартістю.

Однак тут виникають два протиріччя. У сфері обігу відбувається тільки зміна форм вартості, обмінюються еквіваленти. В результаті руху грошей як капіталу, виникає вартість більша, ніж первісно авансована. Обмінюються еквіваленти, але кінцеві пункти руху грошей як капіталу кількісно не співпадають. Це одне протиріччя загальної формули руху капіталу. При цьому створюється видимість, що прояв прибавочної вартості вступає у протиріччя із законами товарного виробництва і, перш за все, закону вартості.

Капітал – це вартість, яка створює прибавочну вартість, або самозростаюча вартість. Процес обігу являє собою обмін еквівалентами, тобто однакових вартостей. При цьому змінюється не вартість, а лише форма вартості: товарна форма перетворюється в грошову і навпаки. Відхилення цін від вартості в процесі обміну взаємно погашаються.

На ринку існує товар, споживча вартість якого має оригінальну властивість бути джерелом вартості – це робоча сила.

Представники австрійської школи виводять капітал із суб'єктивно-психологічних оцінок благ, які споживаються в теперішній час, які будуть споживатись у майбутньому, і господарських. Таким чином, в теорії капіталу австрійської школи на перший план висувують час. Час при цьому відіграє вирішальну роль у зниженні суб'єктивних оцінок майбутніх благ, які компенсуються до теперішнього часу нормою прибутку і процента.

Різні підходи до трактування поняття капіталу обумовлені різними видами і об'єктами інвестування і обґрунтуванням розподілу доходу між учасниками господарського процесу. Сприятливе середовище для бізнесу дозволяє підвищити ефективність, а в розподілі доходів відчувається все більше справедливості. Таким чином, підприємницький фактор, або організація виробництва, стають факторами, які сильно впливають на ефективність використовуваних ресурсів.

К.Маркс показав, що уречевлений і особистісний фактори виробництва відіграють зовсім різну роль у процесі створення і збільшення вартості.

В процесі праці засоби праці не створюють ніякої вартості. Їх вартість зберігається і переноситься працею на новий продукт. Тому ту частину капіталу, яка перетворюється в засоби виробництва, К. Маркс називає постійним капіталом. Постійний капітал бере участь у процесі праці своїм речовим змістом і виступає фактором виробництва, але не бере участі в процесі збільшення вартості і у створенні прибавочної вартості.

Інша частина капіталу, а саме та, яка залучається на придбання робочої сили, змінює свою вартість у процесі виробництва. Він збільшує первісну вартість, тобто не тільки відтворює власну вартість, а й створює надлишок вартості, тобто додаткову вартість. Споживання робочої сили в процесі виробництва продовжується за ті межі, в яких відтворюється вартість робочої сили. В результаті чого створюється додана вартість. Відповідно, та частина капіталу, яку капіталіст авансує на покупку робочої сили, в процесі виробництва змінює свою величину, вона постійно зростає. Тому К. Маркс називає цю частину капіталу змінним капіталом. Змінний капітал у процесі виробництва набуває форми робочої сили. Робоча сила створює своєю працею споживчу вартість, зберігає вартість спожитих засобів виробництва, переносить їх на продукт у вигляді частини його вартості. Абстрактною працею до вартості спожитих засобів виробництва приєднується нова вартість. Поділ капіталу на постійний і змінний потрібно розглядати в двох аспектах. По-перше, в процесі виробництва перший не змінює своєї вартості,

а другий змінює її. По-друге, засоби виробництва і робоча сила виступають основою історичної формації суспільства, мають різне виробниче відношення з погляду власності.

Таким чином, поділ капіталу на постійний і змінний пов'язаний з їх різною роллю в утворенні вартості і доданої вартості.

Потрібно відмітити, що вартість засобів виробництва переноситься на продукт лише в результаті прикладання до них живої праці. Робочі створюють нову вартість і переносять на продукт вартість засобів виробництва. Цей подвійний результат, який досягається в один і той же час, пояснюється подвійною природою праці. К.Маркс показав, що конкретна праця робочого переносить вартість спожитих засобів виробництва на створюваний продукт, а абстрактна праця – створює нову вартість. Звідки і виникає подвійний результат праці.

Потрібно підкреслити, що поділ капіталу на постійний і змінний, який вперше був запропонований К.Марксом, має велике значення. Такий поділ виявляє, що додана вартість створюється не всім капіталом, а тільки її змінною частиною. Категорії постійний і змінний капітал виражають відношення капіталістичного способу виробництва. Вони показують, що тільки робоча сила створює додану вартість.

К.Маркс розкривав сутність капіталу на основі положень про прибавочну вартість. Він вважав, що капітал як економічна категорія являє собою вартість, яка приносить власнику прибавочну вартість або самозростаючу вартість [2, с. 54.].

Норма прибавочної вартості (m^1) являє собою відношення прибавочної вартості до змінного капіталу і виражається у відсотках:

$$m^1 = \frac{m}{v} \cdot 100. \quad (1.1)$$

m – прибавочна вартість;

v – змінний капітал.

Потрібно відмітити, що з розвитком суспільства норма і маса прибавочної вартості зростають.

А. Маршалл визначає капітал людини як частину багатства, яку він виділяє на отримання доходу у формі справи, або більш широко на придбання шляхом торгівельно-промислової діяльності. Такий капітал можна визначити як такий, який складається із зовнішніх благ, які людина використовує в своєму підприємстві або зберігає їх з метою продажу за гроші, або використовуючи їх для виробництва продукції, яку планує продати за гроші [3, с. 132–133]. Таке розуміння категорії капітал є в роботах Б.Кларка, Л.Вальраса, І.Фішера та інших.

Й.Шумпетер стверджував, що капітал – це важіль, який дозволяє підприємцю отримувати у своє повне розпорядження необхідні йому конкретні блага, а саме засоби, які дозволяють підприємцю використовувати ці блага для досягнення нових цілей, а також орієнтувати виробництво в новому напрямленні [4, с. 231]. Таким чином, Й.Шумпетер характеризував капітал як головний елемент виробництва.

Дж.Хікс розглядав капітал як сукупність засобів виробництва або грошову суму, яка використовується в різних галузях з метою отримання доходу [5, с. 413–429].

Із цього випливає, що капітал – це будь-який запас благ який може нагромаджуватись протягом достатньо тривалого періоду, приносячи при цьому дохід [6, С. 39].

Таким чином, в економічній теорії сформувався три основні підходи до визначення сутності капіталу:

1. Предметно-функціональний підхід. Згідно з яким капітал ототожнюється з накопиченою працею, тобто всім тим, що використовується у виробництві, з метою виготовлення реалізованої продукції і отримання прибутку.

2. Монетаристський (грошовий) підхід. Згідно якого капітал розглядається як фінансовий ресурс, що приносить дохід його власникові у

вигляді відсотків. Прихильники монетаристської концепції виходять з того, що капітал - це гроші або їх замітники - кредитні гроші, які пов'язані з отриманням доходу.

3. Соціально-економічний підхід. Згідно з яким, капітал розглядається як економічна категорія, як специфічні суспільні відносини, що виникають за певних історичних умов.

Розглянемо погляди на капітал у сучасних термінологічних економічних словниках. Мочерний С.В. у [7, С. 301] визначає капітал як сукупність капіталістичних відносин економічної власності, за яких засоби праці, певні матеріальні блага, гроші, об'єкти інтелектуальної власності та різні види цінних паперів тощо є знаряддям привласнення частини чужої неоплаченої праці. Таким чином в основу даного визначення покладено відносини власності, а не форма.

В глосарії в Інтернеті [8] капітал визначають в широкому значенні як акумульовану (сукупну) суму товарів, майна, активів, які використовуються для одержання прибутку, багатства.

У Вікіпедії [9] капітал за визначенням класичної економічної теорії розглядається як один із факторів виробництва, тобто усе те, що використовується для виробництва, але безпосередньо не споживається в ньому (за винятком повільної амортизації). На відміну від інших факторів виробництва, землі й природних ресурсів, капітал складається з раніше виробленого продукту. Капітал в економіці — це чинник виробництва у вигляді вартості, здатної приносити прибуток або збиток. Але потрібно розуміти, що капітал не тотожний будь-якому засобу праці, який часто розглядається як фізичний капітал. Засіб праці може стати капіталом (збільшувати або зменшувати свою вартість) тільки тоді, коли його власники вступають у певні відносини з власниками інших чинників виробництва. Ці відносини називаються економічними.

На думку [10], найголовнішим, що характеризує поняття «капітал», є наступне:

1. Природна енергія не розглядається як фактор (блага), що витрачається на створення нових благ. Таким фактором виступає праця, хоча як капітал вона не розглядається, та і не може виступати в такій ролі. Отже, найважливіший фактор – природна енергія, що забезпечує створення життєвих благ.

2. Як блага, що створюють капітал, розглядаються тільки відчужувані матеріальні блага, товари, тобто речі. Здібності людини, перш за все, інтелектуальні, які фактично утворюють трудовий процес, як блага, що створюють людський капітал, також не розглядаються.

Отже, з терміном «капітал» нерозривно пов'язані такі поняття, як «праця», «виробництво». Хоча переважна більшість авторів-економістів наголошують на існування лише «майнового капіталу».

Капітал, як будь-яка економічна категорія, має свій речовий зміст і суспільну форму. У їх діалектичній єдності розкривається глибинна сутність цієї категорії. Фахівці різних економічних дисциплін по-різному представляють визначення капіталу, тут також існує певна неоднозначність. В сучасній економічній літературі можна виділити два підходи до визначення капіталу: фінансовий і економічний.

Фінансове трактування капіталу пов'язане із фінансовою діяльністю підприємства. З позицій фінансового менеджменту капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів. Воно включає розуміння сутності формування, розподілу, використання і обґрунтування структури фінансових ресурсів суб'єктів господарювання і пов'язане з бухгалтерським балансом підприємства. Н.П. Кондраков [11, с. 13] показує, що капіталом організації є його майно. Відповідно до Міжнародних бухгалтерських стандартів, опублікованих Комітетом з міжнародних бухгалтерських стандартів у листопаді 1982 р., капітал являє собою різницю між активами і пасивами [12].

За П(С)БО 1 власний капітал – це частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Таким чином у бухгалтерському обліку капітал розглядається з двох позицій:

- як сукупність активів або фінансових ресурсів, що отримані з різних джерел фінансування;

- як концепція предметно-речовинної природи капіталу, в основу якої покладено матеріальні і нематеріальні цінності (активи). Таким чином, не враховується, що капітал – це ще й відносини власності між учасниками господарського процесу з приводу використання будь-чого з метою задоволення певних інтересів.

Капітал у фінансовій літературі також розглядається з різних точок зору. З однієї сторони, він характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів. За цим підходом капітал характеризує напрямок вкладення засобів. З іншого боку, якщо розглядати джерела фінансування, капітал - це можливість і сукупність форм мобілізації фінансових ресурсів для ведення господарської діяльності і отримання прибутку. З позицій фінансового менеджменту розуміння капіталу як сукупності засобів виробництва є різновидом розуміння конкретного капіталу або характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів [13,14], тобто сприймається як абстрактний капітал.

Хоча фінансисти у визначеннях капіталу розглядають окремі види ресурсів і джерела їх фінансування, але нічого не говорять про неречові фактори виробництва, які також можуть створювати прибавочний продукт і про відносини, які виникають на різних стадіях обороту капіталу. Хоча окремі спеціалісти з фінансового менеджменту розглядають відносини власності між учасниками господарського процесу з приводу використання будь-чого з метою задоволення певних інтересів, розглядаючи пасив балансу

[15]. Капітал підприємства таким чином розглядається як специфічна форма фінансових ресурсів, що визначається як фінансовий капітал підприємства.

Визначається значна роль капіталу в стратегічному розвитку підприємства і в забезпеченні задоволення інтересів держави, власників і персоналу. У літературі з фінансового управління капітал визначається як головний об'єкт фінансового управління підприємством, а забезпечення ефективного його використання належить до найбільш відповідальних завдань його завдань [13,16, 17, 18, 19].

Капітал розглядають як з точки зору підприємства, так і з точки зору народного господарства. З точки зору народного господарства його розглядають як речовий (реальний) капітал – це всі вироблені товари, які ще не поступили в користування споживачів. Реальний капітал в цьому контексті розглядається як товар, який використовується поряд із працею і землею як один із виробничих факторів. Це засоби виробництва довгострокового використання (будівлі, споруди, машини, верстати та інструменти); засоби виробництва короткострокового використання (сировина, матеріали, напівфабрикати, паливо, енергія, послуги транспорту і страхових компаній).

Згідно з макроекономічною трактовкою капіталу національне багатство країни складається з трьох компонентів: людський капітал, природні ресурси і відтворювальний капітал. В світовому національному багатстві 67% становить людський капітал. В розвинутих країнах на природний капітал (ресурси) становить 105, а відтворюваний – 70% [20].

Економічна сутність капіталу пов'язана з найважливішою стадією його існування: з виробничою стадією, коли капітал розглядається як сукупність засобів виробництва, необхідних для виробничої діяльності підприємства.

В роботі [21, С. 54] капітал розглядається як:

- 1) сукупні ресурси, які використовуються в бізнесі (акціонерний, приватний, колективний капітал);
- 2) чиста вартість (вартість активів мінус сума зобов'язань);

3) початкова сума, призначена для здійснення підприємницької діяльності.

Такий підхід можна визначити як ресурсний підхід до визначення капіталу, що стосується лише його фізичної або фінансової частини і не передбачає пояснень відносин, що утворюються в процесі споживання капіталу або його обороту.

Ловінська Л.Г. [22] виділила до тлумачення сутності капіталу такі підходи:

- 1) предметно-функціональний (ототожнення капіталу з нагромадженою працею);
- 2) соціально-економічний (відносини за певних історичних умов);
- 3) грошовий (фінансовий ресурс, що приносить дохід власнику);
- 4) ототожнення з часом (економічний ресурс, який надає дохід власнику у майбутньому);
- 5) як певного вкладення, яке забезпечить надходження доходу;
- 6) у бухгалтерському обліку – як сукупність активів і фінансових ресурсів, отриманих з різних джерел.

Поділ капіталу на фінансовий і економічний цілком виправданий, тому що дозволяє розглядати економічну сутність цієї категорії з різних позицій, що не суперечить теоретичному і прикладному розумінню даної категорії.

У теорії використання капіталу його характеристика як виробничого ресурсу займає центральне місце. Це визначається тим, що накопичені економічні блага, що представляють всі форми капіталу, задіяні або можуть бути задіяні, насамперед у виробничому процесі. Використовуваний у процесі виробництва товарів і послуг капітал, поряд із іншими виробничими ресурсами, характеризується в економічній теорії як «фактор виробництва», під яким розуміється економічний ресурс, задіяний у виробничому процесі, і який здійснює визначальний вплив на результати виробництва. Капітал являє собою накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових коштів та реальних капітальних товарів, залучає його власниками в

економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу [23].

Говорячи про відносини, які виникають у процесі функціонування капіталу, потрібно виділити юридичний аспект капіталу. Сутність категорії «власність» потребує більш детального розгляду, так як форма, склад і вартість капіталу залежать від юридичного закріплення прав власності у суспільстві.

Відносини власності треба розуміти як відносини між людьми з приводу використання рідкісних благ, а не між людьми і благами. Їх можна прирівняти до системи доступу до благ, що визначає усі способи взаємодій між собою економічних агентів як власників, так і не власників з приводу використання благ. Права власності мають значення лише відносно обмежених (рідкісних) благ; вони не виключають конфліктів з приводу їх використання, проте упорядковують і обмежують їх; можуть закріплюватися і охоронятися у суспільстві не тільки державою у вигляді законів та судових рішень, а й авторитетом традицій, звичаїв, релігійних заповідей тощо. Права власності визначають норми поведінки людей, дотримання і порушення яких перетворюються в акти раціонального економічного вибору.

Зокрема, Капелюшников Р.І. [24] відзначає, що термін «власність» у своєму первісному значенні відноситься тільки до прав, титулів чи інтересів, а не до благ. Право власності – одне із фундаментальних понять економічної і соціальної теорії, до розкриття сутності якого підходять з двох сторін – на макрорівні (режиму власності як цілісної системи) і мікрорівні (окремих прав власності). З точки зору соціальної функції, яку виконують права власності, – це визначені «правила гри», які регулюють взаємовідносини між людьми з приводу обмежених (рідкісних) ресурсів; а з точки зору їх внутрішнього змісту – це «набори повноважень», які є у кожного.

Американські економісти С. Пейович і Є. Фьюроботн [25, с. 3] під правами власності розуміють санкціоновані відносини, які виникають між людьми з приводу існування благ і стосуються їх використання. Права

власності охоплюють як матеріальні, так і нематеріальні блага та свободи людей (право голосу, наприклад) і визначають норми поведінки, яких люди повинні дотримуватися у стосунках з іншими чи нести витрати через їх недотримання.

Класична політекономія розглядає два аспекти капіталу:

- власність (контроль над фактором виробництва);
- право на отримання майбутнього доходу.

Крім того вона визначає три основні риси капіталу, які зберегли своє значення і в сучасній теорії економіки. Ці три основні риси:

- здатність створювати новий продукт;
- відсутність споживання в процесі виробництва за винятком амортизації;
- капітал є продуктом, створеним людською працею.

Сьогоднішні погляди на капітал дозволили визначити наступні особливості його визначення:

1) сучасні західні економісти включають сьогодні у поняття капіталу широкий діапазон ресурсів, а саме інформаційні, інтелектуальну вартість, що засновані на знаннях, соціальні тощо. К.Маркс, зокрема, розглядав матеріально-речову структуру капіталу як: знаряддя праці, сировину, засоби, матеріальні продукти, певну суму товарів, мінових вартостей. Він також розглядав капітал як нагромаджену працю;

2) зараз фізичний, або за визначенням К.Маркса, речовий капітал, відіграє менш значну роль у створенні прибавочної вартості, ніж особистісний або людський капітал;

3) фахівці з фінансового менеджменту ототожнюють капітал з грошовою формою, з фінансовими ресурсами;

4) важливе місце у створенні капіталу сьогодні відіграє час, який розглядається як окремий фактор виробництва, що створює прибавочну вартість, він розглядається у двох аспектах: як швидкість опановувати перспективні наукові розробки і як швидкість виходу на ринок; швидкість

руху капіталу виступає одним із показників оцінки ефективності його використання;

5) капітал має властивість до ліквідності, тобто перетворюватись за певний період у гроші, або нагромаджуватись для подальшого перетворення у гроші;

6) підприємницька діяльність невід'ємно пов'язана із ризиком і ризик розглядається як керований фактор, який має властивість до прогнозування і управління з погляду на максимізацію прибавочної вартості; ризик впливає на вартість капіталу і на оцінку його ефективності;

7) капітал виступає головним вимірником ринкової вартості підприємства. У цій якості виступає насамперед власний капітал підприємства, що визначає обсяг його чистих активів. Обсяг використовуваного власного капіталу на підприємстві характеризує одночасно і потенціал залучення їм позикових фінансових коштів, що приймають участь в отриманні додаткового прибутку.

8) вартість капіталу визначається не тільки виходячи із поняття його рідкості; інтелектуальний, людський, соціальний, клієнтський капітал сьогодні оцінюються виходячи їх впливу на результати роботи суб'єкта господарювання; складові капіталу, які спрямовані на організацію підприємницької діяльності, відіграють неоднакову роль у створенні вартості та додаткової вартості;

9) поняття капіталізації, як процесу отримання прибавочної вартості із капіталу, в теперішній час носить подвійний характер і визначає не тільки норму процента на авансований капітал, але й зростання вартості капіталу під впливом об'єднання всіх його складових або видів, у тому числі і неречових;

10) капітал поєднує усі фактори в єдиний виробничий комплекс і в теорії ефективності з'явився синергетичний ефект – як результат особливих властивостей об'єднання капіталу;

11) К.Маркс і його послідовники розглядали капітал як характеристику його суспільно-економічної форми, але не розглядали його в органічному взаємозв'язку з відносинами між людьми;

12) капітал є головним джерелом формування добробуту його власників. Частина капіталу в поточному періоді переходить до власників, а частина капіталу, що нагромаджується, забезпечує задоволення потреб власників у майбутньому;

13) капітал все більше пов'язується із правами власності, під якими розуміють санкціоновані відносини, які виникають між людьми з приводу існування благ і стосуються їх використання;

14) корпоративні відносини невід'ємно пов'язані з функціонуванням капіталу, так як від оптимально обґрунтованої системи взаємозв'язків між власниками, працівниками і управлінцями організації залежить отримання прибавочного продукту.

В [26] виділяються такі загальні властивості капіталу:

- виступає як обмежений ресурс;
- має властивість до самозростання, тобто не тільки до нагромадження, але й поповнення;
- має ліквідність, а саме може перетворюватись у грошову форму незалежно від своєї первісної форми;
- включений в процес кругообігу вартості, відтворюваний процес;
- у відтворюваному процесі капітал приносить прибавочну вартість або прибуток.

Доцільно було б додати ще три риси капіталу згідно із трактовкою капіталу К.Марксом, а саме:

- відсутність споживання в процесі виробництва за винятком амортизації;
- те, що капітал є продуктом, створеним людською працею;
- виступає основою соціально-економічних відносин між власниками.

Лебідь О.В., досліджуючи зазначену проблему, виділяє не лише загальновідомі базисні властивості капіталу підприємства але й окремі основні положення концепції управління капіталом підприємства з урахуванням синергетичних засад [27, 28]:

1) капітал підприємства є синергетичною системою – складною, нелінійною, відкритою, нестабільною системою, в якій відбуваються якісні зміни, виявляються емерджентно нові якості, виникають просторові, часові, просторово-часові або функціональні структури, що можуть бути як впорядкованими, так і хаотичними;

2) капітал підприємства існує, поки існує підприємство, але після ліквідації підприємства капітал не зникає з економічного простору;

3) капітал підприємства самоорганізується, саморегулюється, саморозвивається, що підтверджується історично, а також відповідністю всім вимогам синергетичних систем;

4) у процесі свого розвитку на макрорівні у структурі капіталу відбуваються ті ж самі зрушення що й на макрорівні, з урахуванням наступної закономірності: чим вищий рівень розвитку капіталу, тим більшою є цінність та питома вага його інтелектуальної складової;

5) функціонування капіталу підприємства виявляється більш ефективним у разі управління ним з урахуванням законів, положень та принципів синергетики;

6) у процесі управління капіталом підприємства слід враховувати й традиційний підхід, оскільки іманентні властивості системи можуть, за певних умов, тяжіти до еволюційного розвитку. Система тривалий час може знаходитись у рівноважному стані, тоді застосування синергетичної методології не дає відповідного ефекту;

7) у рівноважному чи нерівноважному стані функціонування системи «капітал підприємства» буде більш ефективним, якщо матиме місце узгоджена взаємодія, узгоджене функціонування фізичної, фінансової та інтелектуальної підсистем, на що слід спрямовувати управлінську дію;

8) метою управління капіталом підприємства має бути його розвиток, оскільки існують два протилежно спрямовані вектори функціонування системи – розвиток та руйнація системи. Якщо капітал підприємства не буде розвиватись, то в критичний момент не зможе зберегти себе як систему;

9) розвиток капіталу підприємства є необхідною умовою розвитку всього підприємства.

Таким чином, можна зробити висновок, що капітал як економічна категорія відома давно, але отримала новий зміст в умовах ринкових відносин. Він виступає головним економічним фактором створення і розвитку підприємства, у процесі свого функціонування він також забезпечує інтереси держави, власників і персоналу і характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування його активів. В теперішній час в науковий обіг введено щонайменше чотири основні форми капіталу: економічний, людський, соціальний і інтелектуальний. Всі ці види капіталу в тому чи іншому ступені мають вищенаведені властивості.

Економічний капітал безумовно має всі зазначені властивості капіталу: він має максимальну ліквідність, властивість конвертації в інші форми капіталу. Тут потрібно відмітити, що частина економічного капіталу в якості фінансових засобів існує в грошовій формі. При цьому він має високий ступень уречевлення, як виробничий капітал, легко відокремлюється від свого власника. Цей капітал виступає як ресурс, що може нагромаджуватись, і має обмежений запас.

Інституціональні підходи до економічного капіталу розглядаються в правах власності, які розглядаються як легітимні права до використання господарських ресурсів і отриманих доходів, які в основі своїй дозволяють виділити формальні статуси власника або не власника міноритарного або мажоритарного акціонера [29].

В стратифікаційній сфері економічний капітал пов'язаний із системою економічних класів, які диференціюються за характером і розміром власності, рівню і джерелам отриманих доходів і майнового забезпечення.

В економічному капіталі зосереджена особлива частина продуктивних сил – робоча сила, завдяки якій стає можливим виробництво прибавочної вартості. Робоча сила пов'язана в першу чергу з фізичним станом індивіда, який характеризується його здоров'ям, рівнем працездатності, фізичними і психічними властивостями. При цьому робоча сила, як властивість до праці, не зводиться тільки до вищеназваних властивостей. Кваліфікована робоча сила має сукупність таких особистісних професійних знань, умінь, навичок, які отримує в процесі освіти і підвищення кваліфікації.

Сьогодні капітал підприємства розглядається як дисипативна система (структура), тобто відкрита нелінійна система, яка завжди перебуває у стані нерівноваги, завдяки впливу зовнішнього середовища. Короткострокова рівновага настає лише за умови формування у процесі управління складної впорядкованої структури, яка компенсує негативний вплив зовні і формує новий синергетичний ефект.

В табл.1.1 показано як трансформувалося поняття і сутність капіталу в процесі еволюції виробництва і розвитку соціально-економічних відносин. З часом відбулося виокремлення неречової, неформалізованої частини капіталу, яка також поряд із фізичним і матеріальним приймає участь у створенні прибавочного продукту. Тракткування і розгляд основних положень виникнення, сутності і структури людського, соціального і інтелектуального капіталів буде детально розглянуто в наступних параграфах розділу.

Поняття корпоративного капіталу в літературі переважно ототожнюється з власністю корпорації або корпоративними правами. Інколи корпоративний капітал розглядають як статутний капітал.

Таблиця 1. 1

Генезис категорії «капітал»

Початок розвитку	Школа, яка визначала основні положення капіталу	Об'єкт дослідження	Сутність основних положень
1867	К.Маркс	Капітал, прибавочна вартість	<p>Капітал у К.Маркса – це відношення, рух, процес кругообігу, який проходить різні стадії і має три форми.</p> <p>Капітал – не має вигляд речі, це визначене, суспільне, яке належить до визначеної історичної формації суспільства, виробниче відношення, яке представлене у вигляді речі і надає цій речі специфічний суспільний характер.</p> <p>Капітал – це вартість, яка створює прибавочну вартість, або самозростаюча вартість. Процес обігу являє собою обмін еквівалентами, тобто однакових вартостей. При цьому змінюється не вартість, а лише форма вартості: товарна форма перетворюється в грошову і навпаки.</p>
1900	Австрійська школа Карл Менгер, Е. Бем-Баверк,	Теорія «продуктивності капіталу», «граничної корисності»	Наукова теорія «продуктивності капіталу», яка розглядає прибуток капіталіста як плату за участь капіталу у виробництві продуктів. Джерело прибутку і відсотка розглядається у властивій людині схильності вище цінувати

	Ф. Візер		теперішні блага в порівнянні з майбутніми. До перших відносяться готові речі споживання, до других — фактори виробництва: засоби виробництва і працю. А. ш. заперечувала соціально-історичну суть економічних категорій, говорячи, що корінь мінової вартості, ціни, заробітної плати, прибутку, ренти криється в психології ізольованого «господарського суб'єкта».
1950	А. Маршалл, Б. Кларк, Л. Вальрас, И. Фішер	Капітал як частина багатства	Капітал розглядається як частина багатства, яка спрямовується на отримання доходу у формі справи, або більш широко на придбання шляхом торгівельно-промислової діяльності. Такий капітал складається із зовнішніх благ, які людина використовує в своєму підприємстві або зберігає їх з метою продажу за гроші, або використовуючи їх для виробництва продукції, яку планує продати за гроші, тобто це сукупність засобів виробництва або грошова сума, яка використовується в різних галузях з метою отримання доходу.
1961 1964	Т. Шульц Г.Беккер Дж. Мінцер	Людський капітал	Людський капітал – інтелектуальні здібності та практичні навички, отримані в процесі освіти та практичної діяльності людини. В економічній науці – це здатність людей до участі у процесі виробництва. Теорія людського капіталу досліджує залежність доходів працівника, підприємства, суспільства від знань, навичок та природних здібностей людей. Доходи людей є закономірним

			<p>підсумком раніше прийнятих рішень. Тобто людина, приймаючи те чи інше рішення, може безпосередньо впливати на розмір своїх майбутніх доходів.</p>
<p>1984 1990 1995</p>	<p>П. Бурдье, Дж Коулман, Ф. Фукуяма</p>	<p>Соціальний капітал</p>	<p>Соціальний капітал – це зв'язки між людьми та норми довіри і поведінки що від них залежать, що створюють механізм соціальної взаємодії. В організації соціальний капітал є пусковим механізмом для співпраці та розповсюдження знань.</p> <p>Соціальний капітал підприємства є наслідком соціалізації кожного працівника в умовах колективної праці. Соціалізація – це процес засвоєння працівником зразків поведінки, психологічних механізмів, соціальних норм та цінностей, які необхідні для успішної взаємодії його з іншими членами колективу. Вона охоплює всі процеси наближення до цінностей корпоративної культури, комунікацій та навчання, за допомогою яких людина розвиває свою соціальну природу та здібність працювати в колективі. До соціального капіталу відносяться міжособистісні зв'язки, відносини довіри, солідарність, готовність до кооперації й підтримки, вміння групи, команди. Соціальний капітал дозволяє швидко і ефективно координувати діяльність людей, мобілізувати їх у досягнення організаційних цілей, забезпечує оперативність передачі.</p>

1969	Дж. К. Гелбрейт	Інтелектуальний капітал	Інтелектуальний капітал - це не тільки формалізовані знання, укладені в результатах досліджень, патентах, ліцензіях, але й навички практичного характеру, знання конкретних технологічних прийомів, управлінських рішень, організаційний досвід. Відбувається зростання впливу індивідуального знання й індивідуального таланта в рішенні науково-технічних проблем, що економічно відображається в завоюванні споживачів і ринковому успіху. Інтелектуальний капітал – сукупність здатностей та знань, які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, орієнтованій на задоволення потреб суспільства з метою створення економічного потенціалу й одержання доходу.
1985	Таїчі Сакаїа		
1986	Карл-Ерік Свейбі		
1990	К. Т.Стюарт,		
1990	Лейф Едвінссон,		
1996	Патрік Салліван,		
1997	Е. Брукінг		
2000	І.В. Федулова, Т.Л. Мостенська	Корпоративний капітал	Капітал корпорації утворюється з окремих частин: акціонерного капіталу, що складається з оплачених акцій, нерозподіленого прибутку, резервного капіталу і зобов'язань за випущеними борговими інструментами. Корпорацією в визнається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації. Таким чином, у площині волевиявлення певного союзу осіб щодо обрання організаційно-правової форми реалізації свого суб'єктивного права на підприємницьку діяльність, розподіл прав, відповідальності і компетенцій також стає одним з

			елементів створення доданої вартості і створює невідчужувані конкурентні переваги на ринку.
2005	Я.М. Гританс		Корпоративний капітал (спільний капітал) – органічно цілісна і відносно відособлена система виробничих та / або грошових ресурсів і продуктів виробництва (товари, послуги, гроші) суб'єктів господарювання, що вступили між собою в корпоративні економічні відносини

1.2. Неуречевлений капітал, його види, сутність, значення і роль у створенні прибавочного продукту

А Сміт пояснював різниці в рівнях заробітної плати таким чином: «Одна година будь-якої важкої роботи може заключати в собі більше праці, ніж дві години легкої роботи; аналогічно одна година заняття таким ремеслом, навчання якому потребувало десять років праці, може заключати в собі більше праці, ніж робота протягом місяця в будь-якому звичайному занятті, що не потребує навчання [30, С. 31.]. Причому витрати на навчання А.Сміт розглядав як капіталовкладення у властивість заробляти в майбутньому, аналогічно вкладенням у речовий капітал.

Теорія людського капіталу отримала свій основний розвиток у 60-ті роки минулого сторіччя в працях нобелівських лауреатів Г. Беккера и Т. Шульца, мають свій початок в роботах А.Сміта.

Теорія людського капіталу через поняття інвестицій в цей капітал вперше була створена на початку 60-х років ХХ ст. американським вченим Теодором Шульцем [31], Нобелівським лауреатом 1979 р. за дослідження економічних процесів у країнах, що розвиваються. В його Нобелівській лекції «Економіка перебування у бідності» [32, с. 358-372.] було звернуто увагу на всі сфери соціального життя людини і, насамперед її освіту, що й формує економіку знань.

Засновники теорії людського капіталу є представниками неокласичної економічної школи. Вперше дана категорія була запропонована Г. Беккером у 1964 році, він показав важливість якісних характеристик працівника з точки зору отриманого їм доходу і інших вигод, в тому числі і змінних [33]. Ще через три роки вийшла в світ наступна його стаття «Людський капітал і особистий розподіл доходів: аналітичний підхід» (1967) [34], у якій він, розглядаючи проблему оптимізації інвестування в освітянські знання з точки зору розподілу особистих доходів людей, по суті, вперше звернув увагу на соціальну складову людського капіталу.

Згідно із Г. Беккером [35] людський капітал розглядається як запас знань, навиків, освіти, мотивацій, які є у кожного працівника, отримання яких (внаслідок освіти або внутрикorporативного навчання) дозволяють з часом отримувати вигоду і працівнику і роботодавцю. Друге відноситься до отримання прибавочної вартості роботодавцем. Все це перетворюється на ще один фактор виробництва, який включається у формування капіталу і створення прибавочного продукту.

Дж. Мінцер [36] обґрунтував доцільність інвестицій людину, в його освіту і здоров'я. В своїх моделях він провів дослідження, які дозволили оцінити вплив на положення робітника на ринку праці не тільки рівня його освіти, але й його якості. Відповідно до цього, людський капітал має всі риси, що притаманні капіталу. Цей вид капіталу утілений в людях, але на ринку може бути продана його послуга. Володіння людським капіталом не може бути продано або передано. Внаслідок цього він на відміну від капіталу має низьку ліквідність. Людський капітал – обмежений і накопичуваний ресурс, вкладення в нього потребує відносно тривалого процесу утворення. Тому в інституціолізованому стані він підкріплюється системою формальних сертифікатів, включаючи дипломи. Ці сертифікати дозволяють працівнику займатись визначеними видами економічної діяльності і включають його в соціально-професійну групу. Безпосередньо виміряти обсяг професійних знань і навичок важко в силу їх якісних розбіжностей. В зв'язку з цим економісти використовують стандартні вимірювання нагромадженого людського капіталу, а саме до часу, що затрачений на освіту і підвищення кваліфікації. В теперішній час пропонується ще одне вимірювання у вигляді рейтингу освітніх закладів. Однак це потрібно віднести до поняття загального людського капіталу, що притаманний до загального професійного навчання.

З'ясувалося, що економічна віддача витрат за навчання співробітників значно перевищує інвестиції на нову техніку й устаткування. Ці дослідження дали сильні імпульси для інтенсивного розвитку на підприємствах

професійного навчання. У багатьох галузях економіки, це стало дуже прибутковим. Причому підвищення рівня професійної освіти давало прибуток підприємцям і відповідало інтересам працівників, збільшувало їх задоволеність і виробничу самовіддачу.

П. Бурдьє уточнив поняття людського капіталу і наситив його соціальними відносинами в суспільстві, він говорив про те, що неможливо описати суспільство як опозицію класів власників і невластників засобів виробництва (економічного капіталу). На його думку людина живе одночасно в декількох соціальних просторах – культурному, науковому, економічному, політичному. Влада, положення людини в суспільстві визначається об'ємом і структурою накопиченого їм капіталу в різних формах – у формі культурного, соціального, символічного і економічного капіталу. Згідно теорії П. Бурдьє, всі форми капіталу схильні до конвертації, тобто людина може перетворити соціальний капітал на економічний [37, 38]. Він вважає, що конфлікт між працею і капіталом ще вимагає свого розв'язання.

Все зазначене дозволяє розглядати людський капітал як не просто сукупність зазначених характеристик, а саме сформований або розвинений в результаті інвестицій і накопичений певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій. Людський капітал – це природжені и придбанні за рахунок інвестицій властивості людини, що включають його мотивацію, знання, навички, освіту, кваліфікацію, запас життєвих сил, здоров'я, які використовуються протягом тривалого періоду часу і приносять дохід не тільки своєму носію, але також сприятливо впливає на розвиток економіки, її інформатизацію.

Людина виступає джерелом будь-яких ідей, носієм знань, які дозволяють забезпечити організації і державі такі конкурентні переваги, які можуть за ступенем ефективності переважати матеріальні фактори.

В роботі [39] визначаються принципові положення щодо визначення людського капіталу:

- це не просто сукупність згаданих характеристик, а саме сформований або розвинутий у результаті інвестицій і накопичений певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій;

- це такий запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який доцільно використовується для одержання корисного результату і сприяє зростанню продуктивності праці;

- його використання приводить до зростання заробітків (доходів) його власника;

- таке зростання доходів стимулює подальші інвестиції в людський капітал, що приводить до подальшого зростання заробітків.

Продукцією інтелектуального людського капіталу є нематеріальні товари, які існують у вигляді методів, методик, винаходів, патентів, теорій, моделей, формул, програмних продуктів тощо. Всі інтелектуальні продукти неформалізовані та формалізовані (патенти, авторське право, програмне забезпечення, ноу-хау, бази даних, права на дизайн) можуть бути інтелектуальною власністю. Вони мають інтелектуальну вартість і у статтях активів підприємства відображаються як нематеріальні активи. В ринкових умовах вони є нематеріальними товарами. Включаючись у процес відтворення капіталу (в оборот основних та обігових фондів), нематеріальні активи відіграють роль самостійного економічного ресурсу, що забезпечує найбільш перспективний тип інноваційного розвитку промисловості та приріст ВВП [40].

Є особливості у фізичному та моральному зношування людського капіталу. Воно визначається по-перше, мірою природного старіння (фізичного зношування) людського організму та притаманних йому психофізіологічних функцій, а, по-друге, мірою економічного старіння (морального зношування) внаслідок старіння знань чи відносного зменшення цінності здобутої колись освіти. Особливістю людського капіталу є також те, що в процесі використання він не лише зношується, а й збагачується за рахунок надбання людиною професійного досвіду навіть без спеціальних

інвестицій. Тому зношування людського капіталу відбувається (при правильному його використанні) значно повільніше порівняно з фізичним капіталом. Якщо ж у процесі використання людського капіталу постійно здійснюються додаткові інвестиції у безперервну освіту, здоров'я, тощо, то його якісні і кількісні характеристики (обсяг, цінність, якість) можуть покращуватись протягом майже всього життя людини [41].

Кирилик Н.В. [42] провівши огляд 23 теоретичних підходів до визначення економічної сутності людського капіталу, систематизував їх за трьома видами:

- 1) соціальний підхід.
- 2) соціально-природний підхід.
- 3) продуктивний підхід.

Набуті здібності (соціальний підхід) формуються в процесі життєдіяльності людини, залежать від того, як сім'я, соціум, сама людина працює над собою, своїм розвитком, самовдосконаленням, наскільки хороші інвестиції вкладаються в людину, її рівень освіти, кваліфікацію, професію. Індивід протягом життя сам формує, розвиває та накопичує свій «інтелектуальний багаж», навички та здібності, які в майбутньому приносять йому доход.

Соціально-природний підхід полягає в одночасному поєднанні набутих та вроджених здібностей і навичок людини, які відображають сутність людського капіталу.

До природних здібностей відносять: вроджені здібності, здоров'я, енергію людини, людські якості, комунікабельність, психофізичні, біологічні якості, креативність, творчий потенціал, талант тощо. Здатність людини приносити доход, використовуючи набуті та вроджені здібності (продуктивний підхід), зазвичай розглядається як вартість, створювана в результаті витрат на навчання, освіту, зміцнення здоров'я тощо [42].

Введення в економічний оборот поняття «інтелектуальний капітал» у 60–70 роках ХХ ст. було пов'язано з необхідністю пояснення різниці між

балансовою та ринковою вартістю підприємств. Цей аспект спричинив інтерес до неречового активу - інтелектуального капіталу. Передові розвинуті країни світу поступово перебудовують економіку своїх країн на формування та використання інтелектуального капіталу.

Вперше у 1969 р. поняття «інтелектуальний капітал» запропонував Дж. К. Гелбрейт, яке включало інтелект людини та пояснювало його вплив на діяльність [43].

Т.Стюарт в роботі «Інтелектуальний капітал» визначив його як суму знань всіх працівників компанії, яка забезпечує її конкурентоздатність [44, с. 7]. Однак Т.Стюарт не ототожнює знання працівників із інтелектуальним капіталом і цілком вірно вважає, що тільки знань недостатньо для забезпечення розвитку підприємства, потрібні відповідна організація праці, інфраструктурне забезпечення (системи передачі, зберігання і відбору інформації), наявність попиту на наявні знання. Таким чином, Т.Стюарт виокремив два погляди на існування інтелектуального капіталу: «насамперед, це напівпостійна сукупність знань, що виростає навколо деякої задачі, людини або організації і інструменти, за допомогою яких можна збільшити сукупність знань» [44, с. 119-120].

Т. Стюарт розглядає три складові інтелектуального капіталу: людський капітал, структурний капітал і споживчий капітал. Людський капітал – це «властивість пропонувати клієнтам рішення» [44, с. 7; с. 126], а саме не тільки наявність знань але й можливість їх застосовувати і використовувати з метою задоволення потреб споживачів.

Структурний капітал – це форми, методи і структури, які забезпечують збір, тестування, організацію, фільтрацію, зберігання і розподіл наявного знання. Т.Стюарт пропонує створити систему знань працівників, що дозволить використовувати їх найбільш ефективно, забезпечити доступність знань окремих співробітників для всієї організації, зберігати і вчасно передавати інформацію, що дозволить досягати синергетичний ефект від спільної діяльності в системі. Він пропонує під структурним капіталом

розуміти «організаційні здібності організації відповідати потребам ринку» [44, с. 127]. На відміну від людського капіталу – знань, які належать кожному співробітнику, – структурний капітал належить організації в цілому. Склад всіх елементів структурного капіталу Т.Стюарт поділяє на дві групи: електронні і соціальні. Під електронними він розуміє технології, винаходи, бази даних, публікації, процеси тощо, які можуть бути документально оформлені і юридично захищені. Під соціальними розуміє ті, що виростають із особистого спілкування людей – норми відносин, життєвий досвід.

Споживчий капітал - це відносини організації зі споживачами. Це та частина інтелектуального капіталу, де він перетворюється в гроші і приносить прибавочну вартість. Його можна оцінити за допомогою фінансових показників і їх динаміки, так як вони безпосередньо залежать від споживчої прихильності і задоволення споживачів, сюди також можна включити задоволення і вигоду від співробітництва між виробником і клієнтом і ціну лояльності споживача, яка проявляється у наступних покупках і доходах від них.

Т. Стюарт наголошує на важливості оптимального балансу між всіма окремими складовими інтелектуального капіталу і підкреслює, що надмірний розвиток окремих складових може призвести до протилежних результатів.

У 1993 році з'явився звіт шведської страхової і фінансової компанії Scandia AFS, який був складений Л. Едвінссоном і М. Мелоуном, із спеціально розробленим додатком, в якому вперше була зроблена спроба поряд із матеріальними активами здійснити оцінку інтелектуального капіталу [45]. Звіт про інтелектуальний капітал компанія «Scandia AFS» пов'язує з процесом стратегічного планування, а тому до складу інтелектуальних ресурсів були включені ті, що, на думку менеджерів, мають найбільший вплив на досягнення стратегічних цілей.

Вони запропонували розглядати інтелектуальний капітал за такими складовими: людський і структурний капітал (технічне і програмне забезпечення, організаційна структура, патенти, торгові марки і все те, що

дозволяє працівникам компанії реалізувати свій виробничий потенціал, а також відношення, які склалися між компанією і її крупними клієнтами). Структурний капітал поділяється на організаційний капітал та капітал взаємовідносин із клієнтами, а організаційний капітал, в свою чергу, поділяється на інноваційний капітал і процесний капітал.

Людський капітал – загальний обсяг інвестицій в освіту, здібності та майбутнє співробітників. Структурний капітал – це бази даних, дані про споживачів, організаційна структура та торгові марки. Організаційний капітал – це компетентність і системи, що дозволяють реалізувати можливості компанії до освоєння інвестицій, а також організаційні здібності до створення капіталу. Капітал відносин підприємства з постачальниками та споживачами його продукції або послуг – це впевненість в тому, що клієнти підприємства будуть і надалі віддавати йому перевагу. Саме тому клієнтський капітал називають іще «капіталом відносин» або «ринковим капіталом». З нашої точки зору, між клієнтським та людським капіталом існує декілька спільних рис:

по-перше, клієнтський капітал також не є власністю підприємства, але кошти та зусилля менеджменту, що вкладаються в нього, дають не меншу віддачу;

по-друге, він не має будь-якого матеріального відображення, при цьому є запорукою розуміння споживачів і постачальників. Стабільні відносини з постачальниками та споживачами, їх прихильність до товарів певного підприємства чи торгової марки, тісне співробітництво між ними є джерелом додаткового доходу [45].

Інноваційний капітал – інтелектуальна власність, яка виражає здатність компанії до оновлення, тобто захищена комерційним правом, а також інші нематеріальні активи та цінності [45].

Процесовий капітал – сукупна вартість процесів, що створюють або не створюють вартість [45].

Розглянута модель була розроблена у 1991-1996 роках, коли концепція інтелектуального капіталу тільки набувала розвитку у науковому середовищі розвинених держав, тому вона не позбавлена деяких методологічних неточностей та суперечностей. Вони стосуються таких положень:

1. Організаційний капітал розглядається як компетентність співробітників, але це більше стосується людського капіталу;

2. Людський капітал визначається кількістю інвестицій у навчання, але це звужує уявлення про природу людського капіталу;

3. Організаційний капітал розглядається як здатність компанії здійснювати інвестиції, а також здібності до створення капіталу, що згідно сучасних підходів логічно розглядати у складі людського капіталу;

4. Визначення організаційного капіталу як суми інноваційного і процесового капіталів не розкриває його сутності і не показує відмінностей між цими складовими організаційного капіталу;

5. Процесовий капітал визначається за змістом як частина матеріальних активів, які не можуть виступати частиною інтелектуального капіталу.

Підходи Л. Едвінсона, М. Мелоуна і Т. Стюарта близькі і в окремих положеннях співпадають. Структурування інтелектуального капіталу згідно з підходом Т.Стюарта вважається більш детальним і адаптованим до умов ринкової економіки. По-перше, він виділяє відносини зі споживачами як окрему і важливу частину інтелектуального капіталу, оскільки саме в цих відносинах інтелектуальний капітал приносить реальний дохід. Відносини зі споживачами виконують дві ролі у забезпеченні конкурентоздатності підприємства: з боку організації і з боку споживачів. Вони залежать не лише від організації і тому Л. Едвінсон і М. Мелоун в своєму баченні структурного капіталу об'єднують дві різні частини. З однієї сторони вони виділяють внутрішні елементи: організаційну структуру, торгові марки, патенти, а з іншої зовнішні елементи: відношення з клієнтами.

На думку В. Зінова і Н. Казакової було б більш доцільно віднести культуру праці і моральні цінності компанії до структурного капіталу, ніж до

людського, оскільки основа цих елементів – підвищення продуктивності і ефективності індивідуальної праці співробітників за рахунок створення синергетичного ефекту, а задача людського капіталу – безпосереднє створення цінностей [46, 47]. Клієнтський капітал у Л. Едвінссона і споживчий капітал у Т. Стюарта за змістом співпадають, а відмінності в назві стосуються неточностей перекладів.

В. Л. Іноземцев розглядає інтелектуальний капітал як «колективний мозок», що акумулює наукові та буденні знання працівників, інтелектуальну власність і накопичений досвід, спілкування й інформаційну структуру, інформаційні мережі й імідж підприємства [48, С. 340].

Б.Б. Леонтьєв [49] під інтелектуальним капіталом підприємства розглядає вартість сукупності інтелектуальних активів, що є у нього, включаючи інтелектуальну власність, інтелектуальні здібності та навички персоналу, а також накопичені бази знань і корисні стосунки з іншими суб'єктами. У зв'язку з цим автор відзначає, що одна з основних функцій інтелектуального капіталу полягає у прискоренні приросту прибутку за рахунок формування й реалізації необхідних підприємству систем знань, речей і стосунків, які, у свою чергу, забезпечують його високоефективну господарську діяльність.

Є.Н. Селєзньов [50] поділяє інтелектуальний капітал на кадровий капітал і інтелектуальну власність. В якості кадрового капіталу тут розуміються людські активи (знання, досвід, особистий потенціал) і структурні активи (корпоративна культура, управлінська система). Інтелектуальна власність поділяється на виробничі активи (ноу-хау, патент, авторське право) і маркетингові активи (постійні клієнти, торгова марка, репутація).

Він не виділяє споживчий капітал, хоча його складові відносяться до маркетингових активів, які є частиною інтелектуальної власності. Це цілком справедливо для торгової марки і репутації, але важко розуміти у цій частині складову «постійні клієнти».

Е. Брукінг виділяє в інтелектуальному капіталі чотири складові: ринкові активи, людські активи, інтелектуальна власність як актив, інфраструктурні активи [51, с. 131].

Ринкові активи – це той потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, які пов'язані з ринковими операціями (марки товарів, споживча прихильність, корпоративне ім'я, портфель замовлень тощо).

Інтелектуальна власність як актив являє собою інституціалізований інструмент для захисту різних корпоративних активів і включає ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі і торгові секрети тощо.

Людські активи – це сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, управлінських і підприємницьких якостей, поведінки в різних ситуаціях.

Інфраструктурні активи – це технології, методи і процеси, які роблять роботу підприємства можливою, а саме: корпоративна культура, методи оцінки ризику, фінансова структура, бази даних тощо.

Класифікація інтелектуального капіталу за Е.Брукінгом найбільше детальна і обґрунтована, ніж описані вище. Вона чітко розрізняє активи, які мають ринкову орієнтацію, – марки товарів, канали розподілу і інші, й активи, які виступають результатом висококваліфікованої інтелектуальної праці.

О. Кендюхов зазначає, що «інтелектуальний капітал – це здатні створювати нову вартість інтелектуальні ресурси підприємства, представлені людським і машинним інтелектом, а також інтелектуальними продуктами, виробленими самостійно чи залученими з інших джерел (куплені, орендовані) як засоби створення нової вартості» [52, с. 130].

О. Кендюхов за типами інтелектуальний капітал він поділяє на:

- персоніфікований (пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні та психометричні настанови персоналу);

- інфраструктурний (інформаційні технології, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура і ділове співробітництво);
- клієнтський (відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення);
- марочний (торгові марки, товарні знаки, корпоративна марка і марки обслуговування);
- формалізована інтелектуальна власність (патенти, авторське право, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, ноу-хау, права на дизайн і бази даних).

Дана класифікація створює наукову базу для розробки методичних положень з таких проблем, як формування системи управління інтелектуальним капіталом підприємства, його оцінки і потенціал розвитку.

Інтелектуальні ресурси підприємства включають інтелектуальний капітал, інтелектуальну працю та інтелектуальні продукти, які у свою чергу також можуть бути використані як засоби виробництва. Таким чином, інтелектуальні ресурси трансформуються у інтелектуальний капітал, який, в свою чергу, виступає інтелектуальним ресурсом для нового обороту капіталу. Інтелектуальні ресурси виступають основою для визначення інтелектуального потенціалу.

Проте більшість зарубіжних та вітчизняних вчених розглядають інтелектуальний капітал ширше та виокремлюють його підсистеми: людський капітал (як сукупність знань, умінь та навичок більшою мірою об'єкта управління), організаційний (як організаційні можливості найчастіше суб'єкта управління) та соціальний (як набір неформальних цінностей та норм, тобто створення певного середовища управління інтелектуальним капіталом), у результаті взаємодії яких і досягається одержання доданої вартості залежно від рівня розгляду [53].

В [54] зазначається, що основою інтелектуального капіталу та його складових виступає людський капітал, на якому ґрунтується організаційний капітал і на них обох базується споживацький капітал, який безпосередньо

пов'язаний та взаємодіє із зовнішнім середовищем. Поява клієнтоорієнтованого маркетингу обумовлює концентрацію зусиль виробника на задоволенні потреб споживача, як джерела отримання прибутку.

В сучасних умовах соціальний і економічний розвиток будь-якої країни залежить не тільки від наявності економічних і природних ресурсів, технологічних досягнень, але й культурних цінностей населення і рівня якості їх соціальних взаємовідносин і норм, які регулюють ці взаємовідносини. Серед них особливе місце займають соціальні взаємовідносини, або соціальний капітал, як розширене трактування капіталу.

К. Ерроу, лауреат Нобелівської премії у 1971 р. звернув увагу на довіру, яка є важливим компонентом соціального капіталу: «фактично кожна комерційна угода має в собі елемент довіри, особливо довготермінова угода. Можна впевнено стверджувати, що економічна відсталість у світі великою мірою пояснюється браком взаємної довіри» [55, с. 357].

Соціальний капітал і визначення його ролі в економічному розвитку суспільства використовуються в науковій літературі не так давно. Виникає проблема довести, що соціальний капітал відноситься до капіталу.

З різних позицій він досліджувався такими вченими, як П. Бурдьє, Дж. Коулман, Ф. Фукуяма, та іншими зарубіжними і вітчизняними вченими.

Соціальний капітал, як економічний і людський, має більшість характеристик, таких як: обмеженість, здатність до накопичення, ліквідність, можливість до конвертації, здатність до самозростання [56, с. 20–32] і навіть передання, що може існувати на рівні міжорганізаційних відносин.

Ф. Фукуяма [57] у кийській лекції визначив дефініцію «соціальний капітал» так: «Я надаю своє визначення соціального капіталу. Вважаю, що соціальний капітал - це норми, неформальні норми або цінності, які роблять можливими колективні дії у групах людей. Це може бути як мала група, що складається із двох друзів, які, наприклад, допомагають один одному

переїхати на іншу квартиру, або велика група, скажімо, корпорація, або у деяких випадках суспільство в цілому» [58, с. 4].

В даний час вплив соціального капіталу на економічний розвиток доведено в цілому ряді досліджень. Так, Р. Нуреев доводить існування зв'язку між рівнем соціального капіталу та об'єктивними показниками різних країн, наприклад, з показниками зростання обсягів інвестицій, рівня ВВП та ін. [59].

Вперше поняття соціального капіталу як наукової категорії ввів П.Бурдьє [60; 61, с. 234.]. Він зазначає, що соціальний капітал є одним із капіталів, постає як сукупність потенційних або реальних ресурсів, що накопичуються у індивідуума або групи завдяки наявності стійкої мережі більш-менш інституціоналізованих зв'язків або відносин визнання. Під «визнанням» тут розуміється довіра.

П. Бурдьє зображує соціальний світ у формі багатовимірного простору, побудованого за принципами диференціації та розподілу. Соціальні відносини нерівномірно розподілені в часі, агенти також нерівномірно розподілені між соціальними відносинами, нерівномірно розподілені між агентами капіталу. Це призводить до боротьби агентів за певні соціальні позиції в просторі. У Бурдьє П. капітал, залежно від області, в якій він функціонує, і ціною більш-менш серйозних трансформацій, що є передумовою його ефективної дії у даній площині, може виступати в трьох основних формах:

- економічного капіталу, який безпосередньо конвертується в гроші і інституціалізується у формі прав власності;

- культурного капіталу, який за певних умов конвертується в економічний капітал і може бути інституціоналізований у форму освітніх кваліфікацій;

- соціального капіталу, утвореного соціальними зобов'язаннями («зв'язками»), який за певних умов конвертується в економічний капітал і символічного капіталу - як капітал в будь-якій його формі, що подається

(тобто сприймається) символічно у зв'язку з якимось знанням або, точніше, впізнаванням або невпізнаванням.

Таким чином, вирішальну роль П. Бурдьє відводить чотирьом видам капіталу: економічному (володіння матеріальними благами), культурному (освітній і культурний рівні), символічному (престиж, пізнаваність, репутація) і соціальному.

Аналізу соціального капіталу дозволив П. Бурдьє виділити такі найважливіші структурні компоненти, завдяки яким агенти мають доступ до інших агентів в спілкуванні: обсяг і якість досягнутих ресурсів агентів в спілкуванні; відносини взаємності обміну. Аналіз праць П. Бурдьє дозволяє зробити висновок про те, що соціальний капітал найбільш тісно пов'язаний із іншими формами капіталу, а саме його існування передбачає обов'язкову присутність інших капіталів.

З вищевикладеного випливає, що реалізація соціального капіталу можлива через його конвертацію в інші форми капіталу. Іншими словами, соціальний капітал обслуговує всі інші види капіталу, він є однією із найважливіших складових багатства країн і регіонів [62]. Завдяки П. Бурдьє з 80-х рр. минулого століття проявився активний інтерес до вивчення різних форм капіталу і, зокрема, до соціального капіталу.

Джеймс Коулмен [63, 64] теж розглядає соціальний капітал як одну з форм людського капіталу. Він визначає і соціальний капітал і як ресурс, що переміщується від донора до реципієнтів. Дж. Коулмен стверджує, що, крім навичок і знань, людський капітал складається й зі здатності людей створювати один з одним якусь спільноту. Він визначив, що «соціальний капітал – це будь-який прояв неформальної соціальної організації, котра виступає як продуктивний ресурс для одного або більше акторів» [64, с. 35]. Причому ця частина людського капіталу має принципове значення не тільки для господарського життя, а й буквально для кожного аспекту соціального життя в цілому. Соціальний капітал Дж. Коулмен визначає, як зовнішні та внутрішні зв'язки організації. Можна купити фірму і разом з нею соціальний

досвід з її організацією та досвідом керування. Такий підхід означає, що горизонтальні зв'язки забезпечують співтовариствам ідентичність та спільність цілей; і в той же час не виключає те, що при відсутності зв'язків, які з'єднують різні соціальні групи (релігійні, етнічні, соціально-економічні), внутрішньогрупові зв'язки можуть діяти на користь вузьких інтересів і перешкоджати доступу до інформації і матеріальних ресурсів, що могли б надати значну підтримку співтовариству (наприклад, зведені дані про вакансії, доступ до кредитів тощо).

На думку інших учених, основний внесок соціального капіталу в інтелектуальну ефективність фірми відбувається через посилення мережевого ефекту.

Дж. Коулмен зробив найбільший внесок у розробку теорії соціального капіталу і виділяє три різновиди капіталу: фізичний, людський і соціальний [63].

Фізичний капітал розглядається як речовий, він втілений у матеріальні форми, в той час як людський капітал проявляється у придбаних людиною знаннях, навичках. Він менш помітний. Соціальний капітал, на відміну від двох перерахованих вище форм капіталу, практично невідчутний, оскільки, як зазначалося раніше, він зосереджений у структурі відносин між людьми, а не у засобах виробництва або у індивідів. Дж. Коулмен зазначає, що соціальний капітал визначається своїми функціями. Він включає в себе безліч різних складових, які характеризуються двома основними властивостями. По-перше, вони складаються з кількох соціальних структур, по-друге, полегшують визначення дії агентів всередині самої структури. Отже, основу соціального капіталу складає приналежність до групи і внутрігрупову довіру. Так, якщо всередині групи існують повна надійність і довіра її членів один до одного, то така структура володіє великими потенційними можливостями і може досягти більшої результативності, ніж група, в якій немає таких якостей [63]. Причому, чим сильніше розвинена соціальна

мережа особистих відносин, тим вище досягнення певних цілей і тим вище відтворення не тільки соціального, а й інших форм капіталу.

Згідно з трактуванням Дж. Коулмена соціальний капітал постає як інструмент, який дозволяє використовувати економічні принципи раціональної поведінки в аналізі соціальних систем. За Дж. Коулменом, соціальний капітал – це не просто елемент зовнішнього середовища, незалежний від дій господарюючого суб'єкта, це його особливий ресурс, в який він готовий інвестувати. Дж. Коулмен пише: «Агенти свідомо встановлюють відносини і підтримують їх до тих пір, поки вони вигідні» [63].

З економічної точки зору важливо, що соціальний капітал як особливий ресурс доповнює і здатний заміщати інші економічні ресурси і, таким чином, сприяє зниженню виробничих і трансакційних витрат. Аналізуючи формулювання Дж. Коулмена, слід звернути увагу на наступне: соціальний капітал не просто покращує виробничу діяльність, а й стає визначальним, основним. При цьому володіє набагато більшим потенціалом, ніж фізичний і людський капітал. Соціальний капітал відображає у великій мірі відносини, ніж власність окремого індивіда, але все ж це суспільне благо, яке розділяється групою і створюється за допомогою громадських інвестицій часу, зусиль, але не в настільки безпосередній формі, як людський капітал. Отже, соціальний капітал являє собою норми взаємовідносин агентів, що підвищують продуктивність праці в результаті зниження трансакційних витрат.

Соціальний капітал в [65] розглядається як інститути, відносини і норми, що формують (якісно та кількісно) соціальні взаємодії в суспільстві. Останнім часом з'являється усе більше доказів, що соціальна взаємодія служить визначальним фактором економічного процвітання і сталого розвитку суспільства. Соціальний капітал – це не просто сума інститутів, що підтримують суспільство, а скоріше «клей», що утримує разом різні його частини. Соціальний капітал складається, насамперед, з горизонтальних

зв'язків між людьми і включає соціальні мережі (сукупність суспільних і неформальних об'єднань, інтерперсональні зв'язки – особисті, сімейні, ділові) та відповідні норми, що впливають на продуктивність і добробут різних співтовариств.

В кийській лекції Ф. Фукуяма розглядає різні сфери застосування соціального капіталу: «Можливість неформального співробітництва має велике значення для економіки, політики та суспільства в цілому. Я лише коротко охарактеризую ці сфери його застосування. Звичайно, що у сфері економіки люди можуть співробітничати, застосовуючи формальні правила, контракти, правове регулювання в цілому, яке ми вважаємо дуже важливим у системі формальних правил, що створюють можливості для співробітництва між людьми. З іншого боку, якщо люди є чесними, вони користуються певною взаємністю та не діють безпринципно, коли мають таку можливість. Це суттєво знижує рівень так званих операційних витрат. Через це загальні витрати на ведення бізнесу знижуються. Також це має позитивний вплив на економіку та покращує здатність людей співробітничати у якості підприємців, для розв'язання проблем і для життя в цілому. Та навіть за умов найрозвинутішого правового суспільства, наприклад, у Сполучених Штатах, існування суспільної довіри, на мою думку, досі має вирішальне значення з причин, до яких я повернуся трохи пізніше. У політичному житті ця можливість співробітничати у рамках правового суспільства, знов-таки, має вирішальне значення для того, щоб демократія насправді була дієвою. Я вважаю, що тут, в Україні, ми можемо знайти свідчення цього явища. Оскільки саме така здатність співробітничати у політичних об'єднаннях, групах, що об'єднані спільними інтересами, неурядових організаціях, засобах масової інформації, профспілках та інших формах організацій забезпечує чесність уряду. Якщо демократичний уряд не контролюється зовнішніми групами та зовнішніми державними структурами, у нього насправді немає мотивації для того, щоб не бути корумпованим, відгукатися на побажання громадян тощо. Та я вважаю, що однією з надзвичайно приємних

несподіванок початку цього ХХІ ст. є те, що громадянське суспільство, яке, на думку багатьох людей у Сполучених Штатах, було відносно пасивним в Україні, раптом активізувалося у період Помаранчевої революції. Це спричинило дуже важливий вплив на якість демократичного уряду, дуже суттєво підвищуючи вимоги до його відповідальності та, звичайно ж, до можливості зробити його більш прозорим» [57].

У ринковому середовищі, поряд із конкуренцією, не менш важливу роль відіграє кооперація, що є свого роду проявом взаємодопомоги в економічній діяльності. Вже у 1916 р. засновник теорії соціально-економічних криз, видатний вітчизняний економіст Михайло Туган-Барановський в своїй праці «Соціальні основи кооперації» [66], заклав основи майбутньої теорії соціального капіталу. В той же час саме він вперше обґрунтував, що конкуренція і кооперація є двома основними взаємодоповнюючими процесами ринкової економіки (дві сторони однієї медалі), які й роблять ринкове середовище повноцінним. Його учень, Микола Кондрат'єв, який відкрив великі цикли кон'юнктури (К-хвилі), у 1923 р. в книзі про Туган-Барановського, написав: «Праці Михайла Івановича з питань кооперації, безсумнівно, необхідно визнати видатними, одними із кращих не тільки у нас в Росії» [67].

Е. Гугнін та В. Чепак визначають соціальний капітал як одну з форм капіталу, що, будучи багатофункціональним, сприяє задоволенню інтересів індивіда і водночас обслуговує суспільні та групові інтереси [68].

За визначенням ОЕСР, соціальний капітал являє собою комплекс зв'язків, підтримуваних на основі неформальних цінностей, норм і понять, які поділяються членами соціальної групи і спільноти, що створюють між ними критичну масу довіри та соціальної підтримки, ефективно співробітництво і взаємодію [69].

У публікаціях Всесвітнього банку соціальний капітал визначається як «сукупність інститутів, стосунків і норм, які формують кількість і якість соціальних взаємодій в суспільстві» [70]. Нові дані, у тому числі дослідження

Всесвітнього банку, підтверджують, що соціальний капітал є важливим чинником сталого економічного розвитку.

У [71, с. 38] соціальний капітал розглядається як інституції, загальні цінності, норми, правила, відносини довіри, сукупність яких складає зв'язки, що підтримують функціонування суспільства. Проте соціальним капіталом ці елементи стають лише в тому випадку, якщо цілеспрямовано використовуються для досягнення певної мети.

Лебедєв І.В. [72] визначається, що ключовим у визначенні категорії «соціальний капітал» є поняття зв'язків, заснованих на довірі. Мається на увазі довіра як по вертикалі – у відносинах між суб'єктами громадянського суспільства і державою, а також і по горизонталі – між різними суспільними і корпоративними структурами, що складають тканину сучасного соціуму, і між громадянами один до одного. Міра взаємодовіри залежить від багатьох чинників: тут й історичні коріння, і культурні традиції (у тому числі культура бізнесу), і норми моралі, й етичні цінності.

Формування і еволюція поняття соціальний капітал є логічним розвитком категорії людський капітал. Однак, не дивлячись на подібність людського і соціального капіталів, це різні категорії. На відміну від людського капіталу соціальний не є ознакою окремого індивіда, а характеризується тією ж самою системою відносин, в яку включена людина [73]. Таким чином, людський капітал може накопичуватися окремим індивідумом, тоді як поняття соціального капіталу втрачає будь-який сенс, якщо йдеться про одну людину. Це капітал зв'язків, цінностей міжособистісних відносин.

Для визначення сутнісних характеристик соціального капіталу потрібно встановити його взаємозв'язок з прийнятим трактуванням категорії капітал в економічній теорії. Капітал розглядається в якості ресурсу, який має обмежену кількість, має можливість нагромаджуватись, приносити прибавочний продукт, перетворюватись у грошову форму, має властивість до ліквідності, вимагає інвестицій для відтворення.

Соціальний капітал також має такі властивості, однак є і відмінності, а саме: його неможна продати, він зростає у міру використання, ступінь формалізації низька, неможливість відчуження, важко створити за допомогою зовнішніх інвестицій, має властивості суспільного блага.

Сутнісна характеристика соціального капіталу розкривається через поняття його структури, функцій і основних елементів. Він утворюється в ході взаємовідносин людей в трудовій сфері, в сфері освіти, в рамках родини, тощо.

Дослідження категорії «соціальний капітал» дозволяє виділити його функції [74, с. 23]:

- за рахунок зростання довіри дозволяє знизити транзакційні витрати;
- забезпечує доступ суб'єктів до благ і цінностей, збільшення обсягу доступних ресурсів, зниження витрат, які пов'язані з отриманням цього доступу. Соціальний капітал дає можливість використовувати ті ресурси, якими даний індивід не володіє, а також підвищувати цінність наявних ресурсів. При чому забезпечення доступу до деяких благ специфічно для соціального капіталу і не може бути реалізовано при його відсутності;
- соціальний капітал дає доступ до інформації. Звичайні ринкові відносини характеризуються недосконалістю інформації, а саме її недоступністю, закритістю, односторонністю, що призводить до зростання витрат на отримання достовірних і об'єктивних даних;
- сприяє отриманню довіри до інститутів держави, консолідації суспільства, зростання соціальної стабільності і до прискорення економічного розвитку.

Ефективне виконання вказаних функцій соціального капіталу сприяє зниженню витрат організації, невизначеності, ризику, підвищенню ефективності використання специфічних активів.

Таким чином, соціальний капітал являє собою сукупність структурованих соціально-економічних відносин, які засновані на взаємно

визнаних неформальних інститутах (нормах і цінностях), дотримання яких приносить вигоду суб'єктам цих відносин у вигляді соціальної ренти.

Такі відносини утворюються між економічними агентами на різних рівнях узагальнення соціального капіталу і регулюються нормами поведінки, що підвищує ефективність їх діяльності в масштабах відповідного рівня: нано- ; міні- ; мікро- ; мезо- ; макро- і глобального.

Основними формами соціального капіталу є: обов'язки, очікування та надійність структури; інформаційні канали; норми та ефективні санкції [75].

Можна говорити про те, що соціальний капітал через економію трансакційних витрат дозволяє підприємству отримати соціальну ренту – це підвищення продуктивності праці за умов справедливого перерозподілу створеної вартості [76]. Формування соціальної відповідальності на підприємстві забезпечує краще ставлення до нього суспільства і підвищує довіру споживачів до продукції, яку виробляє підприємство, що, в свою чергу створює довгострокову перспективу зростання його прибутків.

В контексті посилення соціальної орієнтації економічних реформ у розвинених країнах світу соціальний капітал виступає у формі норм, правил поведінки, які є загальноприйнятними для всіх господарюючих суб'єктів [77]. При цьому варто звернути увагу на той факт, що соціальний капітал сприймається як деперсоніфікована довіра, що відображає колективні дії господарюючих суб'єктів, які переслідують приватні інтереси, не порушуючи при цьому принципу досягнення загальних для них цілей [77]. Такий тип соціального капіталу характеризує передумови формування певного інституційного середовища, в якому значною мірою домінують формальні інститути, а саме – законодавчі норми.

У статті [78] цілком доречно визначається, що довіра пов'язана з ціннісним ставленням людини до світу і до самого себе. Є дуже багато економічних операцій, які стають можливими тільки тому, що люди довіряють один одному. Співробітництво створює взаємозалежність, а інвестиції окупаються тільки тоді, коли партнери будуть дотримуватися своїх

зобов'язань. Це стосується і простих виробничих відносин. Це важливо навіть більшою мірою у фінансових відносинах, де гроші займаються і віддаються через певний визначений час. Як найбільш дорога складова соціального капіталу - довіра необхідна насамперед для заможності країни загалом. У суспільстві з високим рівнем довіри звичайно вище рівень визнання публічної влади, а отже, нижче видатки на підтримку порядку. Інституціональна реформа, яка впливає за змінами макроекономічних умов, проходить більш гладко, тому що скорочуються видатки на розв'язання соціальних конфліктів. У багатьох країнах третього світу з низьким рівнем довіри людям не дістає елементарних інституціональних гарантій, що захищають від експлуатації і свавілля. Єдиним засобом захисту своїх інтересів залишається запеклий опір або навіть громадянська війна.

Р. Патнем, визначаючи роль соціального капіталу в економічних відносинах, відмічав, що він створює умови для координації та кооперації для взаємної вигоди [79].

Соціальна відповідальність передбачає реалізацію корпоративної поведінки на рівні, який би відповідав соціальним нормам, які переважають в світі, цінностям та очікуванням суспільства. Корпоративна трансакція пов'язана з організаційно-правовою формою капіталу і відтворюється у формі акціонерного або пайового інтелектуального капіталу в залежності від виду корпоративної трансакції або виду засновницького капіталу.

На думку Г. Естлі, теоретикам і практикам варто приділити увагу інституціоналізації загальної лояльності фірми, оскільки цей фактор відіграє все більшу роль у сучасному корпоративному співтоваристві [80].

О. Грішнова та Н. Полив'яна визначають соціальний капітал на рівні організації як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному та організаційно-інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати [81, с. 22].

Узагальнюючи існуючі погляди на зміст соціального капіталу можна визначити сукупність елементів, які його формують, а саме:

- норми, правила поведінки, які є загальноприйнятними для всіх господарюючих суб'єктів і впливають на продуктивність і добробут різних співтовариств;
- інститути, загальні цінності, відносини і норми, що формують соціальні взаємодії в суспільстві і на підприємстві;
- соціальні мережі (сукупність суспільних і неформальних об'єднань);
- інформаційні канали;
- цінності міжособистісних відносин;
- відносини довіри, сукупність яких складає зв'язки, що підтримують функціонування суспільства;
- очікувана віддача від вкладень у соціальні відносини;
- соціальна рента як підвищення продуктивності праці за умов справедливого перерозподілу створеної вартості;
- обов'язки, очікування та надійність структури;
- ефективні санкції;
- соціальна відповідальність.

Актуалізація соціальної орієнтації економіки обумовлена, з однієї сторони, глобалізацією бізнесу і пов'язаним з нею загостренням конкуренції, загальним високим ступенем розвитку провідних країн світу, які створюють матеріальні можливості для підтримки сучасних стандартів якості життя населення, а з іншої, підвищенням вагомості нематеріальних факторів економічного зростання, пов'язаних з необхідністю інвестицій в людський, інтелектуальний і соціальний капітали і рішенням соціально важливих проблем.

Розглядаючи корпоративний капітал, потрібно звертати увагу на те, що він являє собою новий напрямок розвитку капіталу, який утілює в собі сумісну діяльність з метою отримання вигоди для всіх, хто приймає участь у господарській діяльності. Це будь-який тип корпоративних зусиль, які

обумовлені соціальними, інтелектуальними, кадровими і комерційними факторами розвитку.

Сучасні корпоративні відносини асоціюються з кардинальними перетвореннями відносин власності, створенням конкурентного середовища, лібералізацією економічних відносин як невід'ємних складових процесів соціалізації трансформаційної економіки й повинні забезпечити формування реальних власників засобів виробництва, зацікавлених і здатних на конкурентних умовах включатися в ринкові відносини й реалізувати власні потреби та інтереси, створюючи якісні конкурентоспроможні товари та послуги.

Сутність всіх корпоративних принципів і цінностей є сьогодні невід'ємною частиною існування, функціонування і розподілу капіталу. Із цього витікає існування корпоративного капіталу, в основу якого покладено взаємовідносини індивідів щодо визначення власності, розподілу прав та відповідальності щодо використання всіх видів капіталів у господарській діяльності та їх спрямування на забезпечення розвитку організації.

Якщо людський капітал – це інтелектуальні здібності та практичні навички, отримані в процесі освіти та практичної діяльності людини. В економічній науці – це здатність людей до участі у процесі виробництва [82, с. 1]. Інтелектуальний капітал – це сукупність здатностей та знань, які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, орієнтованій на задоволення потреб суспільства з метою створення економічного потенціалу й одержання доходу. А соціальний капітал – це зв'язки між людьми та норми довіри і поведінки що від них залежать, що створюють механізм соціальної взаємодії. В організації соціальний капітал є пусковим механізмом для співпраці та розповсюдження знань [83].

Тоді можна говорити про те, що корпоративний капітал – це інтелектуальні здібності та практичні навички (сукупність здатностей та знань, що отримані в процесі освіти та практичної діяльності людини), які мають економічну цінність і використовуються у виробничій системі, а

також зв'язки між людьми та норми довіри і поведінки від яких залежить механізм соціальної взаємодії, взаємовідносини індивідів щодо визначення власності, розподілу прав та відповідальності, які створюють унікальні конкурентні переваги і орієнтовані на задоволення потреб суспільства, з метою створення економічного потенціалу й одержання доходу.

У табл.1.2 подано характеристики видів капіталів за їх основними ознаками, що визначають їх приналежність до капіталу.

Соціальний капітал розширює сутність інтелектуального капіталу, а людський капітал виступає основою і соціального і інтелектуального капіталів. Соціальний і інтелектуальний капітал в поєднанні створюють унікальну комбінацію, яка забезпечує інтереси всіх зацікавлених сторін в кінцевому результаті на більш високому рівні, так як в них утілюються такі неречові фактори, які неможливо відокремити від організації, копіювати або продати. Але всі вони дозволяють отримувати додану вартість і потребують інвестицій. Цей взаємозв'язок проявляється у формах власності і довіри. Головним є те, що основою цих капіталів є людський капітал головним елементом якого є людина зі своїми інтересами. Унікальність такого поєднання в тому, що людина виступає власником бізнесу, частиною кадрового потенціалу підприємства, споживачем, інвестором або торговим агентом тощо. Багатогранність інтересів людини робить будь-яке виробництво товарів або послуг і соціальним і інтелектуальним. Сьогодні потрібно створити компроміс і забезпечити координацію зусиль на розвитку інтелекту людини у такому руслі, щоб вона могла отримувати адекватну винагороду за свою роботу для покриття потреб і забезпечувати підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Соціальний, людський і інтелектуальний капітал формується на макро-, мезо- та мікрорівнях, а корпоративний лише на мікрорівні.

Спільне між інтелектуальним, людським та соціальним капіталом є те, що при використанні вони не зменшуються, а збільшуються. Активне

використання цих форм капіталу сприяє їх розвитку. За суттю своєю ці форми капіталу є невичерпними, тому саме вони на сучасному етапі є

Таблиця 1.2

Характеристики видів капіталів за їх основними ознаками, що визначають їх приналежність до капіталу

Властивості капіталу	Людський капітал	Інтелектуальний капітал	Соціальний капітал
Виступає як обмежений ресурс	Обмеженість людського капіталу витікає з обмеженості чисельності працездатного населення і обмеженості кількості працівників відповідної кваліфікації і спеціалізації у визначені періоди часу.	Обмеженість цього капіталу виникає через обмеженість людського ресурсу, який є основою для його формування а також через обмеження в нагромадженні і використанні інформації щодо подальшого розвитку інтелектуальних здібностей людини.	Обмеженість цього капіталу виникає через обмеженість людського ресурсу, який є основою для його формування.
Має властивість до самозростання, тобто не тільки до нагромадження, але й поповнення	Відтворення людського капіталу проявляється у потребі людини до навчання і саморозвитку, що проявляється у нагромадженні і поповненні знань.	Відтворення інтелектуального капіталу та управління інтелектуальними ресурсами на підприємстві передбачають безперервне формування знань та умінь персоналу відповідно до вимог підприємства, постійне виконання персоналом високопродуктивної розумової праці, проведення адекватної оплати працівників і	Відтворення соціального капіталу передбачає безперервну роботу по встановленню соціальних зв'язків, безперервні серії обмінів, в ході яких визнання постійно затверджується і підтверджується. Високий рівень

		створення системи їх соціального забезпечення.	довіри дозволяє розвиватися широким соціальним зв'язкам, формуватися новим видам асоціацій, а також розвиватися співробітництву в рамках цих нових структур, легше адаптувати нові організаційні форми ринкових відносин і технологій.
Має ліквідність, а саме може перетворюватись у грошову форму незалежно від своєї первісної форми	Людський капітал є засобом вартісного виміру, а саме сукупність знань, навичок, досвіду та компетенції, якими володіє персонал підприємства, спроможність до інноваційних (технологічних управлінських) нововведень.	Втілюється у нематеріальні цінності, що об'єктивно підвищують ринкову вартість підприємства. Мають форму нематеріальних активів, що відображується на балансі підприємства. Нематеріальні активи – це активи, які не мають матеріальної форми, але можуть бути відокремлені (ідентифіковані окрім гудвіла) від підприємства і нагромаджуються підприємством в цілях використання для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях	Здатний підвищувати ринкову вартість підприємства і приймає участь в процесі капіталізації. Створення цього капіталу припускає витрати часу і сил, а отже (прямо чи опосередковано), пов'язана із вартістю економічного капіталу.

		або для надання іншим суб'єктам господарювання, і виступають у вигляді придбаних підприємством прав на об'єкти інтелектуальної власності.	
Включений в процес кругообігу вартості, відтворений процес	<p>Використання людського капіталу закономірно приводить до зростання заробітків (доходів) його власника і це стимулює подальші інвестиції в людський капітал, що приводить до подальшого зростання заробітків.</p> <p>Це проявляється у безперервності навчання та нерозривному зв'язку освіти з виробничою діяльністю людини.</p>	<p>Приймає участь у кругообігу сукупного капіталу поряд з фізичним капіталом, приймаючи участь у формуванні грошової форми капіталу. Формування знань та умінь персоналу відповідно до вимог підприємства має властивість до нагромадження і розвитку, внаслідок цього вони включаються в постійний процес кругообігу в процесі створення вартості, є ресурсом не тільки таким, що зберігається, а й таким, що поповнюється.</p>	<p>На накопичення і відтворення соціального капіталу впливають особливості національних культурних традицій, які з однієї сторони історично нагромаджені суспільством, а з іншої виступають основою для подальшого розвитку соціального капіталу .</p>
Здатність приносити	Сприяє зростанню	Впливає на збільшення ринкової	Люди, що працюють на

<p>прибавочну вартість або прибуток</p>	<p>продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника.</p>	<p>вартості підприємства; оптимізацію змінних та постійних витрат, а також на зменшення трансакційних витрат; підвищення ефективності використання усіх ресурсів підприємства; зростання продуктивності підприємства; розвиток інноваційного потенціалу; зміцнення і удосконалення конкурентних переваг підприємства.</p> <p>1. Висока питома вага інтелектуального капіталу й інтелектуальної праці у прирості ВВП. Зростання економіки зараз значно залежить від використання інтелектуального капіталу, який визначає інноваційний розвиток і науково-технічний прогрес. Інформаційно-інноваційний сектор обумовлює близько 85 % приросту ВВП США та інших розвинутих країн. Чим більш розвинута країна, тим сильніше використовується інтелектуальний капітал та</p>	<p>одному підприємстві, довіряють один одному, тому що вони розділяють одні й ті самі етичні норми, витрати на виробництво знижуються. Не буде виникати необхідності в надмірному регулюванні, робить зайвою (або знижує) необхідність управлінського супроводу.</p>
---	--	--	--

		інтелектуальна праця, і навпаки.	
Відсутність споживання в процесі виробництва за винятком амортизації	Не має матеріальної форми тому не споживається в процесі виробництва.	Знання і творчі здібності людини неможливо фізично відчувати, імідж корпорації і моральні цінності сприймаються у форматі забезпечення конкурентоспроможності організації.	Не споживається в процесі виробництва оскільки має нематеріальну або позаекономічну форму.
Є продуктом, створеним людською працею	Людина є носієм накопиченого комплексу знань та умінь та не є капіталом, оскільки продаються результати її праці, а не вона сама, а сама людина уречевлює в собі і знання і досвід і навички.	Це люди, їх знання, навички та все те, що допомагає ефективно використовувати ці знання й навички.	Інституціональна неофіційна норма, що виникає внаслідок співробітництва між двома або більше особами, сприяє задоволенню інтересів індивіда і водночас обслуговує суспільні та групові інтереси. Приносить прибуток коли підкріплюється особливою компетенцією (знанням генеалогічних і реальних зв'язків, а також навичками їх

			використання тощо) і диспозицією до набуття і утримання цієї компетенції, які самі є невід'ємними частинами даного капіталу.
Виступає основою соціально-економічних відносин між власниками і працівниками	Людина із всіма своїми компетенціями виступає суб'єктом в соціально-економічних відносинах щодо розподілу вартості на підприємстві.	Стосунки володіння, користування, розпорядження ресурсами, що утілюють науково-технічну, літературну та іншу творчість, формують поняття «Інтелектуальна власність».	Соціальний капітал виникає між людьми, але не може належати конкретній особі так як належить колективу.

основними чинниками економічного розвитку та соціального прогресу [84, с. 55].

1.3. Структурна орієнтація корпоративного капіталу

Структура корпоративного капіталу підприємства визначається сукупністю його складових та зв'язками між ними, що мають стійкий характер, визначають внутрішню будову його формування та організацію капіталу як цілісної системи. При дослідженні структура капіталу підприємства виступає як спосіб описання його організації з урахуванням основних зв'язків та функцій, які він виконує в процесі свого функціонування. Структура корпоративного капіталу характеризується певною ієрархічністю так як кожен його компонент потрібно розглядати як систему (підсистему) більш широкої корпоративної системи.

Капітал складається із уречевленої і неуречевленої частини. Уречевлена – це фізичний і фінансовий капітал, а неуречевлена – це людський, інтелектуальний, споживчий та соціальний капітали.

Як визначилося, серед неуречевленої частини капіталу немає єдиного погляду на те, що сюди включати і яким чином проводити розподіл. Для цього потрібно розглянути сутність базових концепцій людського, інтелектуального і соціального капіталів і виявити, яким чином було б доцільно структурувати корпоративний капітал з приводу управління ним в цілому і зокрема його окремими складовими.

Сутність базових концепцій людського капіталу подано у табл.1.3. Їх огляд дозволив виявити, що не існує чіткого відокремлення людського капіталу від інтелектуального і соціального, хоча безумовно існує дуже тісний взаємозв'язок між ними. Справа в тому, що в основу будь-якого капіталу покладено інтереси людини і створюється будь-який капітал також людиною. Ми будемо розрізняти людський і соціальний капітали тим, що людський капітал – це особистісний, це те, що людина в змозі і бажає створити сама. А соціальний капітал створюється колективами людей або

між ними і спрямований на підвищення ефективності виробництва за рахунок здійснення соціальних корпоративних ініціатив.

Людський капітал накопичується і використовується у виробництві не одноразово, а в процесі своєї участі у виробництві і забезпечує отримання прибутку внаслідок цього розглядається як капітал. У відповідності з цим, здібності людини, її знання, уміння, досвід, навички, визнають специфічною формою капіталу тому, що вони: невідчужувані від свого носія; вимагають для формування витрат на розвиток від самої людини, його родини, підприємства і суспільства в цілому; мають властивість накопичуватися; володіють здатністю «зношуватися», застарівати; здатні забезпечити отримання більш високого прибутку в майбутньому через підвищення досвіду і рівня кваліфікації.

Людський капітал має спільні та відмінні риси з фізичним капіталом. Спільними рисами є те, що: він є сукупністю певних властивостей, здібностей, які використовуються протягом досить тривалого часу; для його формування, збереження і зростання потрібні значні інвестиційні витрати; може фізично і морально зношуватися і змінювати свою вартість.

Відмінними рисами є те, що: людський капітал не відокремлюється від носія – людини; у вигляді навичок і здібностей є певним запасом, тобто може накопичуватися; використання людського капіталу і отримання прямих прибутків контролюється самою людиною; відрізняється від матеріального капіталу ступенем ліквідності, він має вищу ступінь ліквідності; його функціонування обумовлено індивідуальними інтересами і перевагами індивіда, його матеріальною і моральною зацікавленістю, відповідальністю, світоглядом і загальним рівнем культури; вкладення в людський капітал забезпечують високий соціальний ефект; інвестиційний період у людського капіталу значно довший, ніж у фізичного; має більшу мобільність.

Сутність базових концепцій людського капіталу

Автор концепції	Складові капіталу і їх сутність
1	2
П. Бурдьє [37]	культурний, соціальний, символічний економічний
Г.С. Беккер [85]	<ul style="list-style-type: none"> - капітал освіти (загальні та спеціальні знання); - капітал здоров'я; - капітал професійної підготовки кадрів (кваліфікація, навички, виробничий досвід); - капітал міграції; - володіння економічною інформацією; - мотивацію до економічної діяльності.
Добрынин А.И., Дятлов С.А., Цыренова Е.Д. [86]	<ul style="list-style-type: none"> - на особистому рівні – це капітал, що сформовано в результаті інвестицій і накопичений людиною певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивації, які використовуються; - у сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й впливає на підвищення доходів (збитків) людини.
Т. Петухова [87]	<ul style="list-style-type: none"> - виробничо-кваліфікаційний (професійно-кваліфікаційні й освітні активи); - соціально-персонологічний (психофізіологічні й інноваційно-творчі активи); - ціннісно-поведінковий (активи особистості, мотивація, культура, мораль, духовність тощо).
М.В. Сорока, С.В. Леонова [88]	<ul style="list-style-type: none"> - освіта та спеціальна підготовка професійного характеру; - охорона здоров'я; - система мотивації; - забезпечення мобільності.
В.С. Васильченко, А. М.Гриненко, О. А.Грішнова, Л. Керб [89]	сформований або розвинутий у результаті інвестицій і накопичений певний запас здоров'я людей їхніх знань, навичок, здібностей та мотивацій, який цілеспрямовано використовується з метою отримання корисного результату і сприяє зростанню продуктивності праці на підприємстві.

<p>О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк [90]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демографічний потенціал; - потенціал здоров'я; - освітньо-професійний потенціал; - інтелектуальний потенціал; - діяльнісний потенціал; - соціально-економічний потенціал; - соціально-ментальний потенціал; - громадянсько-політичний потенціал.
<p>Михайлова Л. І. [91]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - фізичний стан людини (вроджені задатки; житлові умови; повноцінність харчування; фізична і спортивна підготовка; профілактика хвороб і медичне обслуговування); - інтелектуальний розвиток людини (виховання дитини у родині; шкільна освіта; додаткова освіта; професійна освіта; вища освіта; - підвищення кваліфікації; перепідготовка або отримання додаткової освіти); - соціально-психологічний стан людини (виховання етики; естетичне виховання; правове виховання; культурний розвиток; духовний розвиток).
<p>Т. А. Лєх [92]</p>	<ul style="list-style-type: none"> - вітальний капітал – це вроджена складова людини, багатство, яке людина отримує споконвічно. Він пов'язаний зі станом здоров'я, як фізичного, так і психологічного, властивостями й типом характеру й закладеними в людині талантами; - трудовий капітал пов'язаний із кваліфікацією, виробничим навчанням, втілюється в праці кваліфікованих робітників і безпосередньо залежить від застосовуваної технології; <p>Індивідуальний інтелектуальний капітал – це вид капіталу, що є проявом інтелекту соціального суб'єкта, що й представляє собою продукти його інтелектуальної діяльності – інформацію й знання, що мають соціально-економічну цінність і які забезпечують йому дохід (благо) і конкурентні переваги.</p> <ul style="list-style-type: none"> - культурно-моральний капітал – це сукупність інтелектуальних здатностей, освіченості, умінь, навичок, моральних якостей, кваліфікаційної підготовки індивіда або індивідів, які використовуються в процесі здійснення соціальної діяльності й при цьому узаконюють

	<p>володіння статусом і владою. Із соціальної сторони це якісні й кількісні характеристики знань, умінь, кваліфікації, моральні якості, здатності, образ і стиль життя, імідж, соціальні зв'язки індивіда; з економічної – сукупність витрат, пов'язаних з розвитком культурних характеристик індивіда.</p> <p>- організаційний і підприємницький капітал – це заповзятливість, ділова кмітливність, новаторство, організаторські здатності й висока відповідальність, почуття ощадливості й економії, уміння розумне ризикувати, енергія й чинність волі, необхідні для ведення бізнесу або керування.</p>
Н.В. Кирлик [93]	<ul style="list-style-type: none"> - фізичний, - професійно-кваліфікаційний, - інтелектуальний, - соціально-психологічний, - культурно-моральний, - інноваційний компоненти.

Людський капітал поділяється на спільний і спеціальний. Спільний капітал включає теоретичні й досить універсальні знання, які мають широку сферу застосування і загальні професійні (спеціалізовані) знання. Це може бути знання, отримані щодо звичайних навчальних предметів: математики, фізики, інформатики, іноземної мов тощо. Важливою формою нарощування загального людського капіталу є самонавчання.

Спеціальний людський капітал співвідноситься лише з конкретною організацією і включає знання особливостей робочого місця, керівництва, товаришів по роботі, їх можливостей, переваг і вад, клієнтів, специфіки підприємства, регіону та інше. Спеціальний капітал накопичується у процесі праці, придбання практичного досвіду.

Існує поняття специфічного людського капіталу, що втілений у практичному знанні, яке дозволяє індивіду розпізнавати стратегію і принципи дії інших господарських агентів. Його нагромадження пов'язане із навиками спеціалізації в навколишньому соціальному середовищі.

Структура людського капіталу на сучасному етапі розвитку промисловості пов'язана із зміною соціально-економічних умов виробництва, що обумовлено в основному технологічним розвитком сучасних виробничих систем. До таких змін можна віднести: зміну змісту і характеру професійної діяльності; прискорене оновлення та вдосконалення соціально-професійної структури кадрів, поява нових прогресивних форм організації професійної діяльності; підвищення рівня технічної озброєності виробничих процесів за рахунок автоматизації практично всіх основних і допоміжних операцій. При цьому створюються необхідні умови для чіткої, ритмічної роботи підприємства, поліпшується режим праці, з'являється можливість регулювання технологічних процесів без безпосереднього втручання людини, тобто все більше розповсюджуються технології, які не потребують прямої участі людини пр. функціонування.

Соціальні наслідки технологічного розвитку також впливають на чисельність і професійно-кваліфікаційну структуру кадрів. Такі зміни виражаються в наступних тенденціях [95]:

1) змінюються функції праці. Прості одноманітні функції спеціалізованої праці при обслуговуванні верстатів, конвеєрних ліній замінюються комплексом нових, складніших функцій з управління, контролю, наладки, переоснащення, ремонту, програмування автоматизованих систем і роботизованого виробництва. Зростає значення універсалізації праці, її комбінування;

2) певні види професійної діяльності стають по суті унікальними. Збільшується найменування професій, які не мають аналогів, вимагають від працівників нових навиків і ширшої ерудиції, сприяють процесу поглиблення їх спеціалізації. Розширення сфери унікальних видів професійної діяльності створює особливі умови для такої професіоналізації, яка не виходить за межі вибраної одного разу професії та пов'язана з досягненням усе вищих рівнів професійної майстерності;

3) відбуваються зміни кваліфікаційної структури промисловості. Якщо раніше вона формувалась на основі придбання навичок і умінь, залежних від досвіду роботи, то тепер основного значення набувають знання, привнесені ззовні. В сучасних умовах, коли суспільне виробництво стає динамічнішим, постійно змінюються завдання виробничих одиниць, методи реалізації продукції, що випускається, в діяльності працівників усе більшого значення набувають знання сучасних методів вирішення проблем, обізнаність з результатами теоретичних досліджень і вміння реалізувати наукові рекомендації на практиці. Тому об'єктивно зростає частка працівників, що відрізняються широтою і різноманіттям знань. Збільшується значущість творчих здібностей працівників. З одного боку, людина з розвиненими творчими здібностями успішніше виконує завдання професійного навчання, досягає значущих успіхів у первинному оволодінні професією, з іншої - розвинені творчі здібності необхідні в процесі професійної діяльності та її раціоналізації. Підвищується рівень компетенції працівників, змінюється їх соціально-професійний статус у зв'язку зі змінами чисельності та ролі різних функціональних груп, що беруть участь у виробничому процесі;

4) змінюється характер напруженості професійної діяльності. Якщо раніше ступінь напруженості визначався, перш за все, фізичним навантаженням, то тепер – в основному нервово-психічним. Тому інтенсивна праця в сучасних умовах припускає вищий рівень розвитку психічних, вольових якостей людини.

Всі дослідники єдині у тому, що людський капітал включає фізичний стан людини, стан її психічного і фізичного здоров'я, освіта і підвищення кваліфікаційного рівня, культурні і моральні цінності.

Інші дослідники включають до нього систему мотивації, мобільність, інноваційність, організаційно-підприємницький капітал. Інноваційність і можливість до організаційно-підприємницької діяльності подібні, в їх основу покладено те, що людина має властивості до новаторства, організаторські здатності й високу відповідальність, почуття ощадливості й економії, вміння

ризикувати, підприємницькі здібності, що проявляються у таланті ведення бізнесу або керування. Вважаємо, що всі ці елементи і потрібно розглядати в основі людського капіталу, але на рівні самої особистості. Більшість цих складових мають якісний характер і тому складно їх оцінити.

Людський капітал всіма вченими включається в інтелектуальний капітал, який виступає продовженням розвитку цієї концепції. Сутність базових концепцій інтелектуального капіталу показано у табл. 1.4.

В інтелектуальному капіталі знайшли своє відображення також структурний, споживчий, ринковий, організаційний, клієнтській, інноваційний, процесів капіталу і інтелектуальні власності. Поєднання їх в інтелектуальному капіталі підпорядковується також єдиній меті – визначення тих не уречевлених складових, які формують конкурентні переваги підприємства. Структура інтелектуального капіталу пов'язана також зі змінами в сучасному соціально-економічному просторі організацій, так як на ринку сьогодні боротьба йде не за матеріальні ресурси, а за ті, що засновані на знаннях, і інформаційні.

Розробка та пошук стратегічних підходів до формування системи інтелектуального капіталу зумовлює необхідність здійснення комплексних досліджень особливостей цієї проблеми та визначити його відмінності від людського.

Таблиця 1.4

Сутність базових концепцій інтелектуального капіталу

Інтелектуальний капітал за Т. Стюартом [44]

Людський капітал	Структурний капітал	Споживчий капітал
знання, навички, досвід, творчі здібності, моральні цінності,	технології, винаходи, бази даних, публікації, процеси тощо, які можуть бути документально оформлені і юридично захищені і норми відносин, життєвий	зв'язки з клієнтами, інформація про клієнтів, історія взаємовідносин з клієнтами, торгова марка (бренд)

культура праці	досвід		
<i>Інтелектуальний капітал за Е. Брукінг [51]</i>			
Ринкові активи	Людські активи	Інтелектуальна власність	Інфраструктурні активи
потенціал, який забезпечується нематеріальними активами, які пов'язані з ринковими операціями (марки товарів, споживча прихильність, корпоративне ім'я, портфель замовлень тощо)	сукупність колективних знань співробітників підприємства, їх творчих здібностей, управлінських і підприємницьких якостей, поведінки в різних ситуаціях	різні корпоративні активи: ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі і торгові секрети тощо	технології, методи і процеси, які роблять роботу підприємства можливою, а саме: корпоративна культура, методи оцінки ризику, фінансова структура, бази даних тощо
<i>Інтелектуальний капітал за Л. Едвінсон, М. Мэлоун [45]</i>			
Людський	Структурний капітал		
Загальний обсяг інвестицій в освіту, здібності та майбутнє співробітників	Організаційний капітал	Капітал взаємовідносин із клієнтами	
	компетентність і системи, що дозволяють реалізувати можливості компанії до освоєння інвестицій, а також організаційні здібності до створення капіталу	впевненість в тому, що клієнти підприємства будуть і надалі віддавати йому перевагу	

	інноваційний капітал	процесовий капітал	
	інтелектуальна власність, яка виражає здатність компанії до оновлення, тобто захищена комерційним правом, а також інші нематеріальні активи та цінності	сукупна вартість процесів, що створюють або не створюють вартість	

Інтелектуальний капітал за О.Кендюховим [52]

Персоніфікований капітал	Інфраструктурний капітал	Клієнтський капітал	Марочний капітал	Формалізована інтелектуальна власність
пов'язані з роботою знання й уміння, творчі здібності, освіта, професійна кваліфікація, лояльність, ціннісні та психометричні настанови персоналу	інформаційні технології, організаційна структура, філософія управління, корпоративна культура і ділове співробітництво	відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення	торгові марки, товарні знаки, корпоративна марка і марки обслуговування	патенти, авторське право, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, ноу-хау, права на дизайн і бази даних

Інтелектуальний капітал за Є. Селєзньовим [50]

Кадровий капітал		Інтелектуальна власність		
Людські активи	Виробничі активи			Маркетингові активи

Знання, досвід, особистий капітал	Корпоративна культура, управлінська система	Ноу-хау, патент, авторське право	Постійні клієнти, репутація, торговельна марка
--	--	-------------------------------------	--

Інтелектуальний капітал формують матеріальні та нематеріальні складові. В нього включають не тільки здібності, знання, навички та досвід співробітників, що залежить від мотивації людини до самонавчання, але й організаційний (структурний, інфраструктурний) капітал, який створюється як система взаємовідносин в організації і визначається як компетентність системи, що дозволяє реалізувати можливості компанії до освоєння інвестицій.

Наступною важливою складовою інтелектуального капіталу є так званий клієнтський (споживчий, ринковий, маркетинговий) капітал, який визначає зв'язки з клієнтами, споживчу прихильність, інформацію про клієнтів, історію взаємовідносин з клієнтами; торгіву марку (бренд), корпоративне ім'я; пов'язані з ринковими операціями відносини з покупцями, контракти, портфель замовлень, франшизи та ліцензійні замовлення.

Остання складова інтелектуального капіталу – інтелектуальні власність. Інтелектуальна власність може бути відображена на балансі підприємства як нематеріальний актив у відповідності із «Положенням про організацію бухгалтерського обліку та звітності в Україні», затвердженому постановою Кабінету Міністрів України і реалізованому у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» та Законі України «Про оподаткування прибутку підприємств». Цими документами регламентується порядок операцій із нематеріальними активами на підприємстві.

Найбільш чітку систему інтелектуального капіталу надали Т.Стюарт, Л. Едвінсон, М. Мелоун. Їх розподіл найбільше відповідає можливостям оцінки

інтелектуального капіталу. Хоча окремі його складові знайшли своє відображення в соціальному капіталі, теорія розвитку якого є розвитком концепції інтелектуального капіталу.

Конкуренція и кооперація проявляються в узагальненні і взаємовпливі. В умовах економіки, яка побудована на знаннях, коли все більше уваги приділяється в бізнесі різноманіттю товарів та послуг, можливості організацій задовольняти найбільш вишукані і непередбачувані запити споживачів, коли все більше розкривається творчий потенціал сумісних зусиль, роботи в одній команді, на загальний результат, зростає розуміння, що довіра в бізнесі більш вигідна для кожного контрагента.

Компанія в інформаційну еру є відкритою системою. Вона розглядає інші підприємства не тільки як конкурентів, а як можливих партнерів для створення сумісних підприємств. Вона розглядає оптовиків як помічників в реалізації нових, покращених виробів, а споживачів як людей або організацій з якими потрібно будувати довгострокові добрі взаємовідносини. Уміння агентами по закупкам и збуту або продавців вести переговори про реалізацію виробів є ключовим фактором успіху для організації-виробника. І це може змінити ситуацію на користь компанії.

Розрізняють дві форми соціального капіталу: структурний – суспільні інститути, мережі, асоціації та правила, яким підпорядковане їх існування; когнітивний – довіра, відносини, цінності, норми та способи поведінки.

Соціальний капітал базується на таких факторах: неформальна структура підприємства (неформальні взаємовідносини між членами колективу, психологічна сумісність, репутація); формальна структура підприємства (взаємовідносини між членами колективу, які регламентуються посадовими інструкціями та статутом підприємства); соціально-економічний простір, у якому функціонує підприємство; соціальна культура організації (громадські та неформальні об'єднання); соціальне партнерство з контрагентами на ринку (соціальна довіра організації, соціальна

відповідальність перед партнерами по бізнесу та суспільством); імідж організації.

Поділ соціального капіталу за рівням базується на інституційній структурі соціально-економічної системи. При переході з індивідуального рівня соціального капіталу на більш складні виникають ризики зменшення віддачі від приватних інвестицій в соціальний капітал. Кожен наступний рівень розгляду соціального капіталу змінює характер відносин з контрагентами, а також конкретні вигоди, які отримує індивід в результаті входження в ті чи інші соціально-економічні відносини.

У широкому розумінні інвестиції в соціальний капітал – це витрати ресурсів і часу, які пов'язані з формуванням норм і цінностей, моделей поведінки, довіри з метою підвищення якості життя. Інвестиції в соціальний капітал можуть мати як економічні, так і інші результати. Економічні результати, як правило, мають вартісну оцінку (отримання доходу, прибутку, скорочення витрат). Інші види результатів можна опосередковано оцінити у вартісному виразі через економію часу і витрат.

У теперішній час не існує такої класифікації соціального капіталу і інвестицій в нього, яка б найбільше відповідала вимогам сучасної економіки. Умовно його можна класифікувати таким чином:

- за рівнями економічної системи: рівень економічного агента, міні-, мікро-, мезо-, і глобальний;
- залежно від рентооримувача соціального капіталу: як приватне, клубне і суспільне благо;
- за сферами впливу: інвестиції на розвиток персоналу, підтримку регіональної економічної системи, формування зовнішнього інституціонального середовища, створення репутації організації, сприятливого зовнішнього середовища, партнерських відносин;
- за основними напрямками інвестицій в соціальний капітал: інвестиції на встановлення зв'язків, на освоєння норм і правил, діючих в групі, на укріплення довіри.

При цьому потрібно звернути увагу на вигоди, які отримують господарські суб'єкти із реалізації соціального капіталу на кожному рівні.

Діскін Е.І. назвав такі вигоди соціальною рентою. Соціальна рента – це частина прибутку, яку отримують за рахунок створення локального інституціонального середовища і за рахунок розвитку соціального порідку – використання соціального капіталу, який накопичений в країні або в регіоні. Соціальну ренту пропонують поділяти по типах в залежності від рівня використання соціального капіталу. Вона отримується за рахунок відмінностей у доступі до локального інституційного середовища, яке базується на відповідних цінностях.

Соціальна рента 1 – частина прибутку, який отримується за рахунок створення локального інституційного середовища. Цією рентою володіють всі учасники цього інституційного середовища, яке надає їм особливі вигоди по відношенню до економічних агентів, які діють на інших умовах. Таку соціальну ренту отримують підприємці визначеного регіону. На відміну від них, підприємці регіону, де соціальний капітал менш розвинутий, не можуть отримувати таку ренту.

Соціальна рента 2 може бути отримана шляхом належності до визначеної групи мікро- і мезорівня. Це частина прибутку, яку можна отримати за рахунок зниження трансакційних і виробничих витрат. Джерелом даної ренти може бути диференційне застосування норм залежно від поділу учасників на «своїх» (агентів, які входять в дане соціальне утворення) і «чужих» (агентів, які не входять до нього). На відміну від соціальної ренти 1, такий дохід тісно пов'язаний із минулими вкладеннями економічного агента.

На рівні окремого економічного агента і міні рівнях існує можливість отримання соціальної ренти 3, яка є прибутком, що отриманий за рахунок використання особистісних властивостей, положення в групі. Таку ренту отримують ті, хто має можливість регулювати доступ учасників мережі до її ресурсів і ресурсів інших мереж, з якими вони пов'язані. Переваги соціальної

ренти 3 демонструє те, що окремі підприємці раніше, ніж конкуренти отримують інформацію про ті чи інші проекти, події і використовують її для мінімізації можливої загрози або максимізації вигоди, їм може бути полегшений доступ до постачань ресурсів, риків збуту, можуть бути надані послуги щодо захисту від конкурентів, створені сприятливі умови ведення бізнесу (видача ліцензій, сертифікатів, частота різних перевірок, тощо).

Сьогодні важко структурувати соціальний капітал, ще важче його виміряти. Якщо основу соціального капіталу становлять соціальні відносини між контрагентами підприємства, то в основу його структурування доцільно покласти їх поділ. Контрагентами підприємства є постачальники; споживачі; посередники і суспільство в цілому.

Сьогодні соціальна добродійність фігурує в пресі і науковій літературі як соціальна корпоративна відповідальність, корпоративне громадянство, корпоративна філантропія, корпоративні пожертви, корпоративна участь у житті громад, зв'язки з громадою, громадські заходи, розвиток громад, корпоративна відповідальність та корпоративний соціальний маркетинг. Найбільш часто використовується термін соціальна корпоративна відповідальність під якою розуміють вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів.

Інші дослідники характеризують соціальну корпоративну відповідальність як зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством в цілому з метою покращення якості життя [95]. Корпоративна відповідальність в цьому разі розглядається як таке ведення бізнесу, що задовольняє чи перевищує етичні, юридичні, комерційні та публічні очікування, які суспільство пов'язує з бізнесом.

Основу соціальної корпоративної відповідальності становлять корпоративні соціальні ініціативи – це основні заходи, які здійснює компанія задля підтримки корисних справ та виконання зобов'язань щодо

корпоративної соціальної відповідальності. Ці ініціативи спрямовані в основному на підтримку справ охорони здоров'я, безпеки, освіти, зайнятості, охорони довкілля, розвитку громади і економіки та задоволення інших основних людських потреб. Підтримка з боку компаній може здійснюватись у вигляді грошових внесків, грантів, оплати реклами, публіситі, промо-спонсорство, технічної експертизи, не грошових внесків, волонтерської роботи працівників, надання доступу до дистрибутивних каналів.

Важливою складовою соціального капіталу виступає довіра, яка проявляється у соціальних відносинах із контрагентами, соціальній взаємодії підприємства з ними і соціальній справедливості.

Із появою соціального капіталу соціально-психологічні характеристики людини переносяться із людського капіталу у соціальний, так як являються результатом взаємодії між ними. В основному це такі: мотивація, моральні цінності, етичні принципи, соціальні норми, загальна культура, мобільність.

Таким чином між всіма видами капіталу сьогодні немає чіткого розмежування складових. На нашу думку структурування корпоративного капіталу повинно підпорядковуватись можливості і зручності його оцінювання, подальшого управління його складовими з метою визначення їх оптимальної структури і управління ними в загальній системі корпоративного управління.

Для визначення структури соціального капіталу потрібно, перш за все, провести аналіз основних його функцій.

В дисертаційній роботі [96] виділяють діалогову (інтерактивну) функцію соціального капіталу, яка полягає у встановленні довірчих відносин між керівництвом і співробітниками організації, що в свою чергу забезпечить координацію дій, передачу знання, досвіду і навичок, необхідних у виробництві.

Кізілова А.В. [97] виділяє такі функції:

- політична (розвиток демократичного громадянського суспільства);

- економічна (впровадження нових форм організацій, збільшення інших форм капіталу);

- соціально-культурна (культурно-етична) функція соціального капіталу проявляється в тому що він дозволяє співпрацювати, довіряти, розуміти, формує культурні цінності, визначає високий рівень культури співробітництва;

- кореляційна (інтегральна) функція соціального капіталу дозволяє розширювати підприємству базу постійних клієнтів;

- інтенсивна функція сприяє поліпшенню якості ділових відносин;

- інформаційна функція соціального капіталу полягає в тому, що соціальний капітал сприяє поширенню та обміну інформацією;

- інфраструктурна (об'єднує колектив і визначає лідерів); комунікаційна сприяє розвитку професійної мови та зміцненню довіри між партнерами, створює сприятливий клімат у колективі організації;

- комбінаційна функція соціального капіталу проявляється при взаємодії співробітників у колективі організації та сприяє його безконфліктному співпраці.

Сисоєв С. [98] виділяє наступні функції соціального капіталу:

- за рахунок підвищення довіри, ступеня «взаємопроникнення» між учасниками угоди дозволяє зменшити трансакційні витрати, які пов'язані з формальними механізмами координації – контрактами, ієрархією, бюрократичними правилами;

- полегшує персоніфіковану неформальну взаємодію між ринковими агентами. Раніше вважалось, що модернізація економіки, розширення ринків потягне за собою заміну неформальних механізмів координації формальними. У більшості випадків так і вийшло. Але на ринках специфічних активів, при реалізації інвестиційних та інноваційних проектів з високим ступенем невизначеності роль персоніфікованої взаємодії між партнерами як і раніше є високою;

- накопичений на рівні фірми соціальний капітал дозволяє делегувати ряд повноважень по прийняттю рішень «донизу», тобто низовому рівню менеджерів. Це у багатьох випадках дозволяє вирішити проблему «агента-принципала», знижує ріст трансакційних витрат по мірі збільшення фірми. У той же час суттєво підвищує значення таких якостей робітника, як чесність, відповідальність, власна ініціатива;

- накопичення соціального капіталу на макrorівні суспільства (рівні взаємодії органів влади, бізнес-асоціацій, профспілок) сприяє підвищенню довіри до інститутів держави, консолідації суспільства, росту соціальної стабільності, яка у кінцевому рахунку, сприяє прискоренню економічного розвитку;

- накопичений соціальний капітал на рівні групи та родини, взаємовиручка та взаємодопомога їх членів дозволяє знизити соціальну уразливість, отримати у кризовій ситуації необхідну підтримку;

- включення у накопичення соціального капіталу дозволяє отримати доступ до ресурсів, які створені чи перерозподілені у рамках громади чи родини.

На рівні підприємства корпоративне управління забезпечує отримання максимального прибутку при дотриманні прав акціонерів і всіх зацікавлених осіб. Тому корпоративний капітал повинен включати і такі функції капіталу. Відповідно до ч. 3 ст. 167 Господарського кодексу України під корпоративними відносинами маються на увазі відносини, що виникають, змінюються та припиняються щодо корпоративних прав. В Законі України «Про акціонерні товариства» від 17 вересня 2008 р. дане визначення корпоративним правам. Корпоративні права – сукупність майнових і немайнових прав акціонера - власника акцій товариства, які випливають з права власності на акції, що включають право на участь в управлінні акціонерним товариством, отримання дивідендів та активів акціонерного товариства у разі його ліквідації відповідно до закону, а також інші права та правомочності, передбачені законом чи статутними документами.

На перший погляд такі організаційні відносини потрібно розглядати в організаційному капіталі, який є частиною інтелектуального капіталу, однак такі відносини є службовими по відношенню до основних майнових відносин і мають специфічну функцію – впорядкування майнових відносин.

Корпоративні відносини як відносини власності виступають майновими відносинами, в них закріплюються специфічні форми присвоєння майнових благ, які характеризуються множинністю суб'єктного складу. Майнові відносини як частина корпоративних відносин не можуть бути реалізовані без організаційних відносин. Тому корпоративні відносини необхідно розглядати як комплексні – майнові та пов'язані з ними немайнові (організаційні) відносини. У результаті реалізації різних інтересів різних груп учасників об'єднання складаються корпоративні відносини, що регулюються корпоративним правом.

Узагальнення існуючих поглядів на корпоративний капітал дозволило структурувати корпоративний капітал як показано на рис. 1.1.

Фізичний капітал – сукупність матеріальних засобів, які використовуються в технологічному процесі виробництва і забезпечують підвищення продуктивності людської праці (машини, будови, споруди, транспорт, інструменти, запаси сировини та матеріалів).

Фінансовий капітал – сукупність грошових коштів та цінних паперів.

Під людським капіталом ми розуміємо фізичний і психічний стан людини, освіту і підвищення кваліфікаційного рівня, культурні і моральні цінності, мобільність, можливість до організаційно-підприємницької діяльності і до новаторства, уміння ризикувати. Всі ці елементи розглядаються на рівні самої особистості, її власного вкладу в процесі створення доданої вартості.

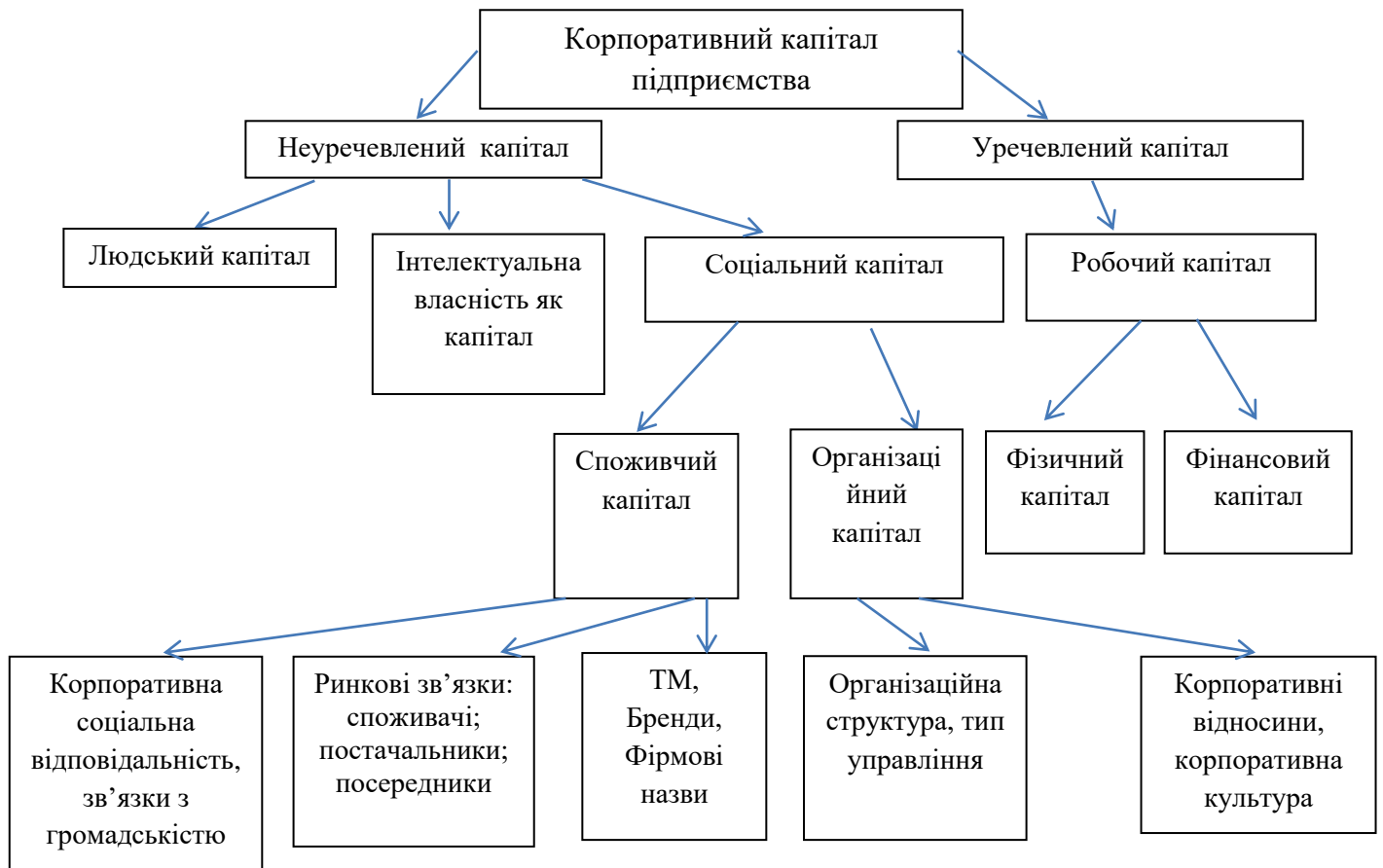


Рис. 1.1. Структура корпоративного капіталу
(авторська розробка)

Інтелектуальна власність як капітал включає ноу-хау, патенти, авторські права, виробничі секрети, оригінальне програмне забезпечення, права на дизайн і бази даних.

У Конвенції про заснування Всесвітньої організації інтелектуальної власності (1967р.) визначається, що до такої належать права на наступні результати інтелектуальної праці:

- наукові відкриття;
- промислові зразки, товарні знаки, знаки обслуговування, фірмові найменування і комерційні позначення;
- захист від недобросовісної конкуренції;
- літературні, художні та наукові твори;
- виконавча діяльність артистів, звукозапис, радіо- і телепередачі;
- винаходи у сферах людської діяльності;

- усі інші права, що належать до інтелектуальної діяльності у виробничій, науковій, літературній і художній сферах.

Отже, інтелектуальна власність надає право володіння продуктом, що створений інтелектом людини. Об'єкти інтелектуальної праці за міжнародними стандартами поділяються на об'єкти промислової власності (промислові зразки, винаходи у сферах людської діяльності, товарні знаки, знаки обслуговування, ноу-хау, фірмові найменування тощо), які охороняються правом промислової власності, та інші (літературні, художні та наукові твори, виконавча діяльність артистів, звукозапис, радіо- і телепередачі тощо), які охороняються авторським правом.

Інтелектуальна власність у сучасному розумінні розкривається як право на результати інтелектуальної діяльності, що включає взаємні права й обов'язки щодо створення інтелектуальних цінностей. Такий підхід має особливе значення для формування механізму комерціалізації та розподілу інтелектуальної ренти.

У соціальному капіталі ми виокремили дві групи: споживчий і організаційний капітали.

Організаційний капітал – це та частина інтелектуального капіталу, яка має відношення до організації в цілому, тобто це організаційні можливості фірми. Він включає технології, системи управління, технічне і програмне забезпечення, культуру організації. Організаційний капітал більшою мірою є власністю організації і може бути відносно самостійним об'єктом купівлі - продажу.

Споживчий капітал – це капітал, який складається з зв'язків і стійких відносин із клієнтами і споживачами. Його характеристиками є ступінь проникнення, ширина розповсюдження, постійність.

Соціальний капітал не може стати результатом дій окремої людини, він виростає з пріоритету колективних чеснот над індивідуальними. До соціального капіталу мають відношення ті фактори, які створюють можливість виникнення та розвитку соціальних зв'язків і забезпечують їхнє

збереження. Природні ресурси і технології, що використовуються фірмою, можуть не змінюватися, а її соціальний капітал може зростати в міру розширення соціальних зв'язків та зміцнення іміджу фірми.

В основу категорії соціальний капітал покладено ідею про очікувану віддачу від вкладень у соціальні відносини. Агенти підприємницької діяльності вступають у соціальні відносини для досягнення певної цілі. При цьому розраховують отримати певні переваги, які виникають або посилюються саме завдяки соціальним зв'язкам.

Соціальний капітал має такі характеристики:

по-перше, він завжди виступає як продукт організованої взаємодії, тому має колективну, а не індивідуальну природу. Щоб виступати власником соціального капіталу людина повинна бути пов'язана з іншими людьми, і всі вони повинні виступати її власниками і джерелом;

по-друге, соціальний капітал як організована суспільна система є колективним благом і належить усім членам громадянського суспільства разом. Соціальний капітал, не виступає власністю окремої організації, але включається до активів організації і використовується у міру його можливостей.

Правомірно визначити зв'язок, який існує між соціальним, інтелектуальним, людським капіталом, та визначити їх місце у структурі активів організації.

В роботі [99] розвиток підприємства трактується як процес нарощування його потенціалу з задоволення потреб економічних суб'єктів. Цілі розвитку підприємства виходять із інтересів власників, персоналу і держави. Можливості підприємства у задоволенні інтересів економічних суб'єктів господарювання визначаються обсягом створеної доданої вартості та структурою її розподілу на оплату праці, податки та прибуток. Таким чином, формування соціальних умов діяльності підприємства потрібно розглядати як вид управління. В менеджменті під управлінням розуміють уміння досягати поставлених цілей за допомогою оптимального

перерозподілу використовуваних ресурсів, під якими розуміють персонал, працю, інтелект, інформацію, мотиви поведінки.

Відносини, що формують соціальний капітал, засновані на відносинах соціального партнерства, які на рівні підприємства конкретизуються у вигляді господарських зв'язків. Із цього випливає, що соціальний капітал підприємства виступає як система внутрішніх і зовнішніх господарських зв'язків, що засновані на кооперативних принципах і цінностях, реалізують сутність понять взаємодопомоги і довіри на засадах соціального партнерства.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що завдяки розвитку відносин, які утворюються внаслідок обороту соціального капіталу, створюється і функціонує така поведінка розвитку підприємства, яка заснована на економічній участі всіх агентів у господарській діяльності: держави, власників, персоналу.

Кооперація (лат. cooperatio) – це форма організації економічної діяльності людей і організацій для спільного досягнення загальних цілей або задоволення потреб. Кооперація об'єднує в собі економічну діяльність і суспільний рух. Кооперація – процес, у ході якого представники однієї або декількох соціальних груп діють спільно і скоординовано заради досягнення єдиної мети. Основою кооперації є взаємна вигода. Соціальні стосунки (відносини) або суспільні стосунки – різні взаємодії та зв'язки між окремими людьми або групами людей, які встановлюються в процесі їхньої спільної практичної та духовної діяльності. Соціальні відносини виникають:

- між індивідами як частиною соціальної групи;
- між групами індивідів;
- між окремими індивідами та групами індивідів.

Соціальні стосунки – це важлива форма вияву соціальних тривалих, сталих, системних, оновлюваних, різноманітних за змістом зв'язків. Вони є стосунками схожості й відмінності, рівності й нерівності, панування і підлеглості між окремими людьми та їх групами.

Споживчий капітал включає три елементи:

- 1) корпоративна соціальна відповідальність, зв'язки з громадськістю;
- 2) ринкові зв'язки: споживачі, постачальники, посередники;
- 3) товарні марки, бренди, фірмові назви, корпоративне ім'я.

Корпоративна соціальна відповідальність Ф. Котлером [100, с. 25-26] розглядається по таких основних соціальних ініціативах, як діяльність, яку проводить компанія з метою підтримати добрі справи і виконати свої зобов'язання перед громадськістю:

1. Просування добродійної справи: компанія надає кошти, грошові та інші корпоративні ресурси, аби привернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми або допомогти зібрати кошти, залучити учасників та волонтерів.

2. Добродійний маркетинг: компанія зобов'язується робити внески чи відраховувати відсотки від обсягів продажу на добродійну справу.

3. Корпоративний соціальний маркетинг: компанія підтримує розробку та/або проведення кампаній за зміну певних типів поведінки (звичок) для того, щоб покращити суспільне здоров'я чи безпеку, сприяти захисту довкілля чи розвитку громади.

4. Корпоративна філантропія: компанія робить пожертви безпосередньо благодійній організації чи акції, найчастіше у формі грошових грантів.

5. Волонтерська робота на користь громади: компанія підтримує і заохочує працівників, роздрібних торговців та/або франчайзі допомагати місцевим громадським організаціям та ініціативам.

6. Соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу: компанія на власний розсуд запроваджує практику ведення бізнесу та робить інвестиції, які сприяють зростанню добробуту в громаді та збереженню довкілля.

Другим елементом споживчого капіталу виступають ринкові зв'язки, які потрібно розглядати по суб'єктах ринку, які беруть участь у створенні доданої вартості підприємства – це споживачі, постачальники, посередники. Ринкові зв'язки – це той неформалізований капітал, що пов'язаний із ринковими операціями, які створюють споживчу прихильність, це відносини

з покупцями, постачальниками, посередниками, які проявляються у контрактах, тривалих договорах, портфелі замовлень, франшиз та ліцензійних замовленнях, репутації, тощо.

Третій елемент споживчого капіталу стосується тієї частини нематеріальних активів, які безпосередньо впливають і виникають внаслідок особливого ставлення споживачів – це товарні марки, бренди, фірмові назви, корпоративне ім'я.

Організаційний капітал поділяється на два елементи:

- 1) організаційна структура та тип управління;
- 2) корпоративні відносини і корпоративну культуру.

Організаційна структура та тип управління – це такий капітал, який говорить про те, яким чином побудовані структурні зв'язки і управлінська система всередині організації, між членами трудового колективу, керівниками і менеджерами. Він включає інформаційні технології, організаційну структуру, мотивацію до праці, філософію управління і ділове співробітництво.

Корпоративні відносини і корпоративна культура – це капітал, який створюється у взаємовідносинах між працівниками і власниками. Це проявляється у адекватному розподілі результатів підприємницької діяльності з забезпеченням інтересів кожної сторони.

Таке структурування капіталу дозволить оцінити вклад кожного із її елементів у створення додаткової вартості за допомогою обґрунтування відповідного підходу до оцінки, що у подальшому дозволить розробити адекватну систему управління корпоративним капіталом і оптимізувати його структуру у відповідності зі специфічними умовами господарювання.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ КАПІТАЛУ

2.1. Дослідження загальних підходів до оцінки капіталу

Однією із ознак капіталу є те, що він має ліквідність, а саме може перетворюватись у грошову форму незалежно від своєї первісної форми. Це відноситься до всіх типів формалізованого і неформалізованого капіталів. Відповідно до цього ми можемо говорити про те, що будь-який капітал має вартість.

Вартість є однією із основних ознак товару і вона виникає в процесі передачі права власності. Щоб продати права на використання капіталу або використати його у власному виробництві, необхідно визначити його вартість.

Відповідно до Міжнародних стандартів оцінки (МСО-1 ... МСО-4) розрахунки вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності можуть виконуватися при визначенні [101;102]:

- оподаткованої бази майна підприємств;
- вартості виключних прав, переданих на основі ліцензійного договору чи договору про їхню переуступку;
- вартості об'єктів інтелектуальної (промислової) власності, що вносяться до статутного капіталу підприємства;
- розміру компенсації що необхідно виплатити згідно з чинним законодавством правоволодільцю за порушення його виключних (майнових) прав на об'єкт інтелектуальної власності.

Необхідність оцінки вартості капіталу виникає також при продажі, постановці формалізованої його частини на бухгалтерський облік, приватизації, страхуванні, передачі у заставу з метою отримання кредиту, банкрутстві підприємства тощо.

Прийоми, що можуть застосовуватись для визначення вартості капіталу, можна розділити на три групи: підходи, методи і методики. Підходи дають принципи визначення вартості. Методи визначають процедуру

розрахунку вартості. Методики розглядають застосування того чи іншого методу стосовно конкретних об'єктів та конкретних цілей розрахунку.

У відповідності з міжнародною практикою під оціночною діяльністю розуміють діяльність суб'єктів оціночної діяльності, яка направлена на встановлення по відношенню до об'єктів оцінки ринкової або іншої вартості.

Під ринковою вартістю об'єкту оцінки розуміють найбільш ймовірну ціну, за якою даний об'єкт оцінки може бути проданий на відкритому ринку в умовах конкуренції, коли сторони угоди діють розумно, мають всю необхідну інформацію, а на розмірі ціни угоди не відображуються якісь випадкові обставини.

Оцінка вартості капіталу на конкретний об'єкт складової частини корпоративного капіталу у конкретному випадку їхнього використання досить складна процедура й у кожному випадку вимагає унікального рішення задачі. Однак при усьому різноманітті таких випадків існує три загально визначених підходи до оцінки капіталу:

- витратний підхід;
- порівняльний (ринковий) підхід;
- дохідний підхід.

У відповідності до міжнародних стандартів під оцінкою ринкової вартості об'єктів оцінки рекомендується використовувати три основні підходи [103, 104]:

1) витратний (затратний) підхід (підхід на основі активів) заснований на припущенні, що вартість об'єкта оцінки дорівнює вартості витрат на його створення, доведення до робочого стану й амортизацію. Він базується на визначенні витрат, які необхідні для відтворення або заміщення об'єкту оцінки (під заміщенням розуміють придбання об'єкту еквівалентної корисності). Ця ціна складається як сума прямих і непрямих витрат, які пов'язані із створенням об'єкта оцінки, доведенням її до практичного використання і найбільш ймовірного прибутку інвестора за участь у створенні об'єкта оцінки.

Цей підхід до розрахунку вартості влаштовує покупця, тому що він може документально відстежити витрати на створення об'єкта оцінки і, таким чином, переконатися, що ця вартість виправдана. Але він не вигідний для продавця, оскільки останній одержить суму, рівну тільки понесеним витратам на створення об'єкта інтелектуальної власності, тобто без прибутку.

До переваг витратного підходу до оцінки вартості бізнесу відносять: використання цього методу для неефективних і неприбуткових підприємств, метод дозволяє отримати прийнятну ціну для продавця, тому що він враховує вартість активів і не бере до уваги потенційну прибутковість; існування достатньої кількості необхідної статистики (на відміну від порівняльного підходу). Оцінку бізнесу за допомогою майнового підходу варто проводити, коли необхідно визначити вартість майнового комплексу і нематеріальних активів. Він використовується з погляду понесених витрат, а також суми, яка буде необхідна для відтворення та заміщення об'єкту. Цей метод доцільно використовувати при продажу окремих частин бізнесу, при ліквідації компаній та їх страхуванні, під час приватизації державних підприємств [105]. Недоліками майнового підходу до оцінки вартості бізнесу є: балансова вартість майна ніколи не відповідає її ринковій вартості; іноді виникають труднощі з розрахунком зносу об'єкту (наприклад, коли будівлі більше 10 років). Бувають випадки, коли при застосуванні витратного підходу виникають проблеми, пов'язані з невідповідністю витрат на побудову нового об'єкту і вартістю відтворення старого об'єкту, тобто побудувати новий об'єкт дешевше ніж відновити старий [106].

Неформалізовану частину капіталу дуже важко оцінити за допомогою цього методу так як витрати на створення цієї частини не в повній мірі впливають на ефективність його функціонування. Тут більшу роль відіграють якісь особистісні характеристики персоналу, менеджерів і власників підприємства. Хоча основу для оцінки вартості капіталу безумовно цей метод може закласти – це буде так звана мінімальна вартість капіталу, використовуваного в процесі створення доданої вартості.

Потрібно відмітити також, що цей підхід повністю підходить для визначення вартості формалізованої частини капіталу, а саме фізичного і фінансового. Ці структурні елементи корпоративного капіталу відображуються в бухгалтерській звітності у виглядів активів.

2) ринковий (порівняльний) підхід до оцінки вартості прав на об'єкти оцінки припускає використання прийому порівняння продажів. Сутність підходу полягає у порівнянні об'єкта, що оцінюється, з аналогічними по призначенню, якості і корисності об'єктами, які були продані на цей час на аналогічному ринку. Це можливо за умов наявності достовірної і доступної інформації про ціни аналогів об'єктів оцінки і дійсних умов угод з ними. При цьому виділення ринкової вартості об'єкту оцінки здійснюється шляхом корегування цін аналогів, які згладжують їх відмінності від оцінюваної вартості.

Цей підхід дає так звану «справедливу ціну», тобто таку ціну, за яку продавець, який володіє інформацією про ринкову вартість аналогічних об'єктів, готовий продати об'єкт оцінки, а покупець, який також володіє повною інформацією про об'єкт оцінки і ринкову вартість аналогічних об'єктів, готовий купити даний об'єкт. Тобто ціна встановлюється ринком і влаштовує як продавця, так і покупця.

Порівняльний підхід має наступні переваги перед іншими підходами до оцінювання вартості бізнесу: статистично обґрунтований; достатньо простий в застосуванні і дає надійні результати; під час оцінки вартості бізнесу за допомогою порівняльного підходу вносять корегування з урахуванням відмінностей порівнюваних об'єктів; у цінах продажів відображають зміну фінансових умов і інфляцію; у підсумковій вартості відображається думка типових продавців і покупців. Перевагою цього методу є те, що він достатньо простий у розумінні та застосуванні. Його використання буде доречним, коли на підприємстві існують підприємства-аналоги і необхідно швидко провести її оцінку. Також перевагою порівняльного підходу є той факт, що ціна визначається ринком, тому виключається можливість отримання

недостовірної вартості підприємства у зв'язку з проведенням некоректних розрахунків. В основу оцінки покладена реальна інформація, що відображає поточну діяльність підприємства, тому проведення оцінки порівняльним методом є більш достовірним ніж, наприклад, проведення оцінки шляхом дисконтування майбутніх доходів. На оцінку вартості компаній порівняльним методом впливає сучасна ринкова ситуація [104].

До недоліків порівняльного підходу можна віднести такі його якості: складність збору інформації про дійсні ціни продажів; залежність від активності ринку; залежність від стабільності ринку; відмінності продажів; складність узгодження даних про продажі, що істотно розрізняються; проблематичність збору інформації про специфічні умови операції. Даний підхід можна використовувати лише за умов продажу об'єктів оцінки. При цьому дуже важко знайти аналогічний по призначенню, якості і корисності об'єкт, який був проданий на цей час на аналогічному ринку. Крім того, потрібно відмітити, що неформалізована частина капіталу важко копіюється і знайти другий аналогічний та з подібними ключовими перевагами об'єкт просто неможливо.

3) **дохідний підхід** припускає, що ніхто не стане вкладати свій капітал у придбання того чи іншого об'єкта інтелектуальної власності, якщо такий же доход можна одержати будь-яким іншим способом. Суть підходу полягає в тім, що вартість об'єкта оцінки визначають як функцію доходу, що може принести використання даного об'єкта оцінки у майбутньому. В його основі полягає прогноз величини доходів, який може бути отриманий в результаті корпоративної діяльності. Це відбувається шляхом співставлення двох прогнозних величин: оцінки грошового потоку при використанні не уречевленої частини капіталу і величини грошового потоку, яку б отримав правовласник у випадку невикористання даної частини капіталу.

Дохідний метод має наступні переваги: вартість оцінки залежить від прибутку, який може принести об'єкт оцінки; враховує інтереси інвестора; доцільність використання, у випадках, коли очікується, що майбутні доходи

будуть значно перевищувати теперішні. Вагомою перевагою використання доходного підходу є можливість проведення комплексної системної оцінки, коли потрібно оцінити не окремі об'єкти підприємства, а повністю весь майновий комплекс [108]. Так само, як і переваги, дохідний підхід має свої недоліки: високий ступінь ризику; істотна суб'єктивна сторона. Так як оцінка бізнесу у доходному підході проводиться на основі майбутніх очікувань, то такі дані носять достатньо умовний характер. Існує можливість впливу негативних чинників, які потягнуть за собою зміну вартості об'єкту [108].

Цей підхід найбільше підходить для визначення вартості неуречевленої частини капіталу, так як його визначення виходить із однієї з основних властивостей капіталу – приносити прибавочну вартість. Таким чином, якщо визначити ступінь впливу людського, соціального або інтелектуального капіталу на дохід, можна говорити про внесок їх у створенні доданої вартості, і, відповідно, можна визначити їх вартість.

В міжнародній практиці для отримання єдиного обґрунтованого значення ринкової вартості вважається доцільним одночасне виконання оціночних розрахунків різними методами з подальшим узгодженням результатів розрахунків і отриманням одного значення обґрунтованої ринкової вартості об'єкту оцінки.

Для розрахунку поточної вартості об'єкта оцінки застосовують два основних прийоми - дисконтування і капіталізації доходу.

При визначенні ринкової вартості капіталу потрібно керуватись такими принципами [109, 110]:

- корисності (ринкову вартість має такий капітал, який має властивість задовольняти конкретні потреби при його використанні протягом визначеного періоду часу);
- попиту і пропозиції (ринкова вартість капіталу залежить від попиту і пропозиції на ринку і характеру конкуренції продавців і покупців);
- заміщення (ринкова вартість капіталу не може перевищувати найбільш ймовірні витрати на придбання капіталу еквівалентної корисності);

- очікування (ринкова вартість капіталу залежить від сподіваної величини, тривалості і ймовірності отримання доходів/вигод, які можуть бути отримані за визначений період часу при найбільш ефективному його використанні);

- зміни (ринкова вартість капіталу змінюється в часі і визначається на конкретну дату);

- зовнішній вплив (ринкова вартість капіталу залежить від зовнішніх факторів, які визначають умови їх використання, наприклад, обумовлені дією ринкової інфраструктури, міжнародного і національного законодавства, політикою держав, можливістю і ступенем правового захисту та інші);

- найбільш ефективного використання (ринкова вартість капіталу визначається виходячи із найбільш ймовірного використання його, що є економічно виправданим, відповідає вимогам законодавства, можливості фінансового здійснення, в результаті якого розрахункова величина вартості капіталу буде максимальною; при цьому відмічається, що найбільш ефективно використанні може не співпадати з його використанням).

У рамках кожного підходу існує один або декілька методів оцінки. Зв'язок між підходами і методами оцінки представлений у табл. 2.1. Перелік наведених методів не є вичерпним.

Таблиця 2.1

Зв'язок між підходами до оцінки капіталу та методами його оцінки

Підхід до оцінки	Методи оцінки
Витратний підхід	Метод відновлюваної вартості Метод вартості заміщення Метод вихідних витрат Метод коефіцієнтів Метод фактичних витрат Метод планових витрат Метод приведених витрат
Порівняльний (ринковий) підхід	Метод порівняння продажів Метод ринку інтелектуальної власності Метод експертних оцінок

Дохідний підхід	Метод капіталізації доходу (прибутку) Метод комерційної значущості Метод прибутку Метод економічного ефекту Метод дисконтування Метод роялті
-----------------	---

Джерело: узагальнено автором за [110-113]

Метод фактичних витрат. Метод базується на наслідках інвентаризації об'єктів оцінки та їх відображення в балансі підприємства, тобто на залишкову вартість, знос та первісну вартість, як складової частини матеріальних і нематеріальних активів. У цьому випадку ціна капіталу визначається за формулою:

$$Ц_0 = Z_i - (100 - U) : 100 \quad (2.1)$$

де C_0 – фактична (балансова) ціна об'єкта оцінки;

Z_i – сума витрат на створення та включення об'єкта оцінки в обіг на підставі даних інвентаризації;

U – відсотки зносу об'єкта оцінки.

Це розрахунок вартості об'єкта оцінки шляхом сумування фактичних витрат, найчастіше використовується для визначення балансової (бухгалтерської) вартості матеріальних активів та результатів інтелектуальної діяльності з метою постановки на бухгалтерський облік і відображення їх вартості на балансі підприємства в якості його майна.

До складу фактичних затрат включають витрати на придбання самого об'єкта майна, проценти за кредит, надбавки (націнки), комісійні нагороди (вартість послуг), які сплачуються юридичним, оціночним, збутовим, зовнішньоекономічним і іншим організаціям, мита і інші сплати, затрати на транспортування, зберігання і постачання.

Під вартістю виготовлення приймаються фактичні витрати, що пов'язані з використанням в процесі виготовлення майна, основних засобів, сировини, матеріалів, палива, енергії, інформації, трудових ресурсів і інших витрат на виготовлення об'єктів майна.

Обов'язковою умовою використання цього методу є наявність первісних бухгалтерських документів, що підтверджують фактичні витрати.

Метод планових витрат. Метод планових витрат ґрунтується на визначенні кошторисної вартості об'єкта оцінки при проектуванні та погодженні протоколу договірної ціни на виконання наукових, конструкторських, технологічних чи проектних робіт на підставі формули:

$$Ц_о = (З_о + З_с + З_м + З_е + З_в + З_у + З_к + З_і + З_н) \cdot (1 + Р) + П_{дв}, \quad (2.2)$$

де: $Ц_о$ – договірна ціна об'єкта;

$З_о$ – витрати на оплату праці;

$З_с$ – витрати з відрахувань на соціальні заходи;

$З_м$ – витрати на матеріали;

$З_е$ – витрати на енергоресурси;

$З_в$ – витрати на службові відрядження;

$З_у$ – витрати на придбання спеціальне устаткування для НДДКР;

$З_к$ – витрати на оплату організацій-контрагентів;

$З_і$ – інші прямі витрати;

$З_н$ – накладні витрати;

$Р$ – плановий рівень рентабельності;

$П_{дв}$ – податок на додану вартість.

Такий метод буде корисно використовувати лише для майнових об'єктів оцінки або матеріальних активів. Для не уречевленої частини капіталу даний метод є складним для застосування так як відсутній тісний зв'язок між витратами і вартістю.

Метод приведених витрат. Це розрахунок фактичних минулих витрат на створення і підготовку до використання об'єкта оцінки в поточну вартість, тобто у вартість на дату оцінки з урахуванням змін вартості грошей в часі.

При розрахунку вартості об'єкта оцінки за методом “приведених витрат” формула поточної вартості об'єкта оцінки може бути виражена в такому вигляді:

$$PV_{пр.витр.} = \sum(R_i * K_{пр}), \quad (2.3)$$

де $PV_{\text{пр.витр.}}$ – поточна вартість об'єкта оцінки за методом приведених витрат;

R_i – витрати на створення (придбання) оцінюваного об'єкта на дату їх здійснення;

$K_{\text{пр}}$ – коефіцієнти приведення, що враховують зміни вартості грошей в часі і інфляцію за період з дати здійснення витрат до дати їх оцінки.

При практичних розрахунках за звичай враховують весь спектр витрат, які були пов'язані з освоєнням даного типу капіталу. Зокрема цей метод використовується для оцінки капіталу, що пов'язаний із проведенням наукових досліджень в даній галузі техніки, створенням, освоєнням і підготовкою до використання оцінюваної інтелектуальної вартості, основними із яких є:

- витрати на теоретичні (технічні, патентно-інформаційні) дослідження;
- витрати на проведення дослідів;
- витрати на розробку (придбання) різної технічної, нормативної, технологічної і іншої документації;
- витрати на придбання необхідного обладнання;
- витрати на придбання (створення) інформації або прав на її використання в даному об'єкті інтелектуальної вартості;
- організаційні витрати підприємства;
- витрати на основну і додаткову зарплату, відрахування у позабюджетні фонди, службові відрядження, накладні витрати, електроенергія, водопостачання, опалення, експлуатація виробничих приміщень або їх оренда;
- інші витрати, що відносяться до створення інтелектуальної вартості і підготовки її до використання в запланованих цілях.

За податковим законодавством деяких країн, у тому числі і України, основним джерелом фінансування витрат на проведення науково-дослідних і проектно-дослідницьких робіт є власні кошти підприємства (чистий

прибуток після сплати всіх податків). Тому для розрахунків повної ринкової вартості приведених витрат іноді враховують додаткові витрати на податок на прибуток і податок на додану вартість або проценти по комерційному кредиту (вартість позикового капіталу).

Метод вартості відновлення. Це визначення на дату оцінки всіх витрат, необхідних для виробництва (відновлення) ідентичного за призначенням і якістю капіталу.

Відновлювана вартість об'єкта оцінки визначає суму витрат, які є необхідними для створення нової точної копії активу, що оцінюється. Ці витрати повинні ґрунтуватися на сучасних цінах та сировині, матеріалах, енергоносіях, комплектуючих виробках, інформації, а також на середньогалузевій вартості робочої сили певної кваліфікації. Метод прямого відновлення є переважним методом розрахунку вартості унікальних нематеріальних активів.

Розрахунки здійснюються за формулою методу планових витрат. Методологія розрахунку повної відновленої вартості достатньо розроблена і відображена в нормативних документах, які регулюють переоцінку основних фондів підприємств.

Розрахунок повної відновленої вартості об'єктів оцінки може проводитись:

- індексним методом;
- за даними торговельних організацій і підприємств;
- за даними підприємств-виробників;
- експертними методами, включаючи залучення незалежних оцінювачів.

Для неформалізованих частин корпоративного капіталу доцільно використовувати індексний і експертний методи, які дозволять визначити вартість цих складових капіталу через експертне визначення їх впливу на результати підприємницької діяльності.

Метод вартості заміщення. При оцінці капіталу цим методом використовується принцип заміщення, який передбачає, що максимальна вартість об'єкта оцінки визначається мінімальною ціною, яку необхідно було б заплатити при купівлі об'єкта аналогічної споживчої вартості. Ця вартість називається вартістю нового об'єкта, еквівалентного за функціональними можливостями і варіантами використання, але не обов'язково аналогічного за зовнішнім виглядом та компонентами. У цьому випадку використовується формула:

$$Ц_0 = Ц_a \cdot K_i, \quad (2.4)$$

де: $Ц_a$ – ціна аналога, яку необхідно заплатити при купівлі об'єкта аналогічної споживчій вартості;

K_i – коефіцієнт ідентичності.

Це розрахунок вартості об'єкта оцінки, який базується на вивченні можливостей інвестора щодо придбання альтернативних об'єктів власності. Він заснований на тому, що покупець ніколи не заплатить за об'єкт оцінки більшу суму, ніж та, в яку обійдеться отримання відповідного аналогічного за якістю і призначенням об'єкта без суттєвих витрат у визначений час.

Даний метод оцінки може призвести до об'єктивних результатів тоді, коли можна точно оцінити величину витрат на створення (придбання) альтернативного об'єкту оцінки за рахунок власних зусиль покупця (інвестора), або тоді коли на ринку є аналогічні пропозиції по призначенню і якістю об'єктів за умов наявності конкурентного ринку і відносної рівноваги попиту і пропозиції. Він широко використовується при оцінці об'єктів інтелектуальної власності масового попиту, наприклад, при оцінці програмного забезпечення для ПК або спеціалізованого програмного забезпечення, наприклад, програма автоматизованого ведення бухгалтерського обліку, або програма автоматизованого проектування.

Метод коефіцієнтів. Метод коефіцієнтів використовується у випадках відсутності можливостей розрахунку вартості капіталу іншими методами. Застосування методу коефіцієнтів для оцінки інтелектуальної власності

ґрунтується на використанні оціночних коефіцієнтів визначення значущості об'єкту оцінки згідно Методичних рекомендацій по визначенню переліку і технічної значності винаходів і промислових зразків в об'єктах продажу ліцензій (Регламент Госкомизобретений СССР от 04.12.85г.), при його потенційному введені у господарський обіг розрахунки здійснюються за формулою:

$$Ц_0 = K_1 \cdot K_2 \cdot K_3 \cdot 20 N_m \cdot I, \quad (2.5)$$

де: K_1 – коефіцієнт досягнутого позитивного ефекту;

K_2 – коефіцієнт складності рішення технічного завдання;

K_3 – коефіцієнт суттєвих відмінностей;

N_m – установлений неоподаткований мінімум зарплати;

I – індекс інфляції.

Неоподаткована заробітна плата визначається діючим законодавством.

Коефіцієнт досягнутого позитивного ефекту визначається експертним шляхом за даними табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Характеристика та коефіцієнти досягнутого позитивного ефекту

№ п/п	Досягнутий позитивний ефект	Величина K_1
1.	Поліпшення другорядних технічних характеристик, які не є визначальними для конкретної продукції	1.0
2.	Поліпшення основних технічних характеристик, які є визначальними для продукції (процесу, організаційної форми)	2.0
3.	Досягнення якісно нових основних технічних характеристик продукції (процесу, організаційної форми)	3.0
4.	Отримання нової продукції (процесу, організаційної форми), яка має більш високі основні технічні характеристики серед аналогічних відомих видів	4.0
5.	Отримання нової продукції (процесу, організаційної форми), яка вперше освоюється в народному господарстві і має якісно нові технологічні характеристики	5.0

Коефіцієнт складності рішення технічного завдання визначається також експертними методами. Дані приведені у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Характеристики складності рішення технічного завдання та
значення коефіцієнту**

№ п/п	Складність вирішення технічного завдання	Величина K_2
1.	Конструкція однієї простої деталі, зміна одного параметру простого процесу, однієї операції процесу, одного інгредієнту рецептури і т. ін.	1.0
2	Конструкція складної або збірної деталі, конструкція не основного вузла, механізму, зміна двох або більше неосновних параметрів, нескладних процесів, зміна двох і більше неосновних операцій технологічних процесів, зміна двох і більше неосновних інгредієнтів рецептури і т. ін.	1.5
3.	Конструкція одного основного вузла або декількох неосновних вузлів машин, механізмів, частина (неосновних) процесів, частина (неосновна) рецептура і т. ін.	2.0
4.	Конструкція декількох основних вузлів, основні процеси технології, частина (основна) рецептури і т. ін.	2.5
5.	Конструкція машини, приладу, верстата, апарата, споруди, технологічні процеси, рецептура і т. ін.	3.5
6.	Конструкція машини, верстата, приладу, апарата, споруди за складною кінематикою, прикладами контролю, з радіоелектронною схемою, конструкція силових машин, двигунів, агрегатів, комплексні технологічні процеси, складна рецептура і т. ін.	4.5
7.	Конструкція машини, апарата, верстата, споруди зі складною системою контролю автоматичних поточних ліній із нових видів обладнання, системи управління та регулювання, складні комплексні технологічні процеси. рецептура основної складності і т. ін.	5.5
8.	Конструкція, технологічні процеси і рецептура особливої складності, які відносяться головним чином до нових розділів науки і техніки	6.25

Коефіцієнт суттєвих відмінностей визначається експертним шляхом.
Значення коефіцієнтів відмінності представлені у табл. 2.4

Таблиця 2.4

**Коефіцієнт суттєві відмінності та значення коефіцієнтів, що їх
визначають**

№ п/п	Суттєві відмінності	Величина K_3
-------	---------------------	----------------

1.	Винахід, який полягає в застосуванні відомих засобів, в тому числі на застосування, коли формула винаходу розпочинається словами «застосування»	1.25
2.	Винахід, який полягає в новій сукупності відомих технічних рішень, що створюють новий позитивний ефект, тобто відмінна частина формули винаходу містить вказівку на нові зв'язки між відомими елементами, іншу послідовність операції чи інший процентний склад інгредієнтів порівняно з прототипом	15
3.	Винахід, який має прототип, що збігається з новим рішенням по більшості основних ознак	2.0
4.	Винахід, який має прототип, що збігається з новим рішенням по половині основних ознак	25
5.	Винахід, який має прототип, що збігається з основним рішенням по меншості основних ознак	3.0
6.	Винахід, що характеризується сукупністю суттєвих відмінностей, який не має прототипу, тобто коли винахід вирішує нове завдання або відоме завдання принципово іншим шляхом	4.0

За умов складності оцінки неформалізованих частин корпоративного капіталу будь-якими методами, що засновані на визначенні вартості витрат, даний метод може бути використаний за умов розробки адекватних коефіцієнтів і чіткого визначення відмінностей.

Метод порівняння продаж. Це оцінка ринкової вартості, що базується на прямому або непрямому порівнянні оцінюваного об'єкта з іншими аналогічними об'єктами власності, які продаються або були продані (передані за ліцензією права на їх використання) у співставний час на аналогічному ринку.

Сутність методу полягає у пошуку відомостей щодо ринкової вартості об'єкту оцінки, які можуть бути порівняні із запропонованими за призначенням та корисністю. Після цього вноситься поправка на їх відмінності та визначається вартість об'єкту оцінки за формулою:

$$C_o = K_i \cdot C_a, \quad (2.6)$$

де: C_a – ціна аналога;

K_i – коефіцієнт ідентичності об'єкту оцінки аналогу.

Основними умовами застосування методу порівняльних продаж є :

- наявність відомостей про факти продажу об'єкту оцінки подібного призначення та корисності;
- доступність і достовірність інформації про ціни та умови контрактів з подібними об'єкту оцінки;
- наявність експертів по оцінці впливу відмінних ознак між об'єктом оцінки і його проданим аналогом на їх вартість для визначення величини K_i .

Вартість об'єкту оцінки у цьому випадку визначається ціною, яку сплачують типові покупці типовому продавцю за аналогічний за якістю і корисністю об'єкт в даний момент часу на аналогічному ринку.

Цей метод застосовують тоді, коли є достатньо інформації про пропозиції або нещодавні угоди купівлі-продажу аналогічних за призначенням і якістю об'єктів. Однак в Україні з низки причин (відсутність розвинутого ринку об'єктів оцінки, недоступність баз даних про результати продажу об'єктів інтелектуальної власності тощо) цей метод практично не використовується.

Оскільки неформалізовані складові корпоративного капіталу не можуть бути відокремлені або відчужувані не завжди можливо їх продати або передати у користування. Тому всі методи оцінки об'єктів оцінки, які базуються на продажі або передачі, не можуть бути використані для оцінки цих складових корпоративного капіталу. Існують лише угоди про право передачі носія важливої інформації в розпорядження іншого суб'єкта господарювання.

Метод ринку інтелектуальної власності. Цей метод може використовуватись при наявності інформації про контракти з подібними об'єктами оцінки або при наявності відомостей про ставки роялті в цій галузі. Сутність цього методу полягає у висуненні припущення про те, що об'єкт оцінки, який використовується на підприємстві, йому не належить. Тоді частина виручки, яку підприємство повинно було б сплатити у вигляді винагороди власникам об'єкта оцінки, в дійсності залишає у себе, оскільки

даний об'єкт належить цьому підприємству, і вважається його додатковим прибутком, що створений цим об'єктом. Вартість грошових коштів, сформованих на основі цього прибутку, утворюють ринкову вартість об'єкту оцінки, який оцінюють. Отже розрахунки можуть бути здійснені за формулою методу прибутку.

Метод експертних оцінок. Зводиться до визначення погодженої оцінки об'єкту експертами на базі набутого досвіду та проведених розрахунків з встановленням так званої «справедливої вартості».

При цьому робочою формулою для узагальнення думок експертів може бути:

$$Ц_0 = (Ц_1 + Ц_2 + Ц_i) : N, \quad (2.7)$$

де: $Ц_1, Ц_2, Ц_i$ – відповідні експертні оцінки вартості об'єкту оцінки учасниками експертизи;

N – кількість учасників експертизи.

Метод експертних оцінок найбільше підходить до оцінки нематеріальних складових корпоративного капіталу, так як їх зміст полягає у визначенні більшою мірою якісних характеристик функціонування капіталу, але які впливають на визначення його вартості та ефективності.

Метод комерційної значущості. Полягає у визначенні нижньої і верхньої межі ціни об'єкта оцінки та обґрунтування у цих межах ціни його продажу.

Мінімальна ринкова ціна об'єкту оцінки визначається за формулою :

$$Ц_{\text{мін}} = З_{\text{п}} + E_{\text{н}} * K_i, \quad (2.8)$$

де: $З_{\text{п}}$ – поточні затрати на створення та доведення до робочого стану об'єкта оцінки;

$E_{\text{н}}$ – нормативна ставка дисконту (відповідно до чинного законодавства $E_{\text{н}} = 0,12$);

K_i – одноразові витрати (капіталовкладення) в інвестиційний проект, пов'язаний з даним об'єктом оцінки.

Максимальна ринкова ціна об'єкта оцінки визначається за формулою :

$$\Pi_{\max} = (Z_{\text{п}} + E_{\text{н}} \cdot K_1) + \Pi_i, \quad (2.9)$$

де: Π_i – прибуток від використання об'єкту оцінки.

Даний метод не може бути використаний для оцінки всіх складових корпоративного капіталу, так як він базується на визначенні витрат на створення та доведення до робочого стану об'єкту оцінки і прибутку від його використання. Цей метод також пов'язаний із продажем і не може бути застосований у зв'язку неможливістю продаж окремих складових капіталу.

Метод прибутку. Очікуваний прибуток від господарського використання об'єкту оцінки розраховується за формулою:

$$\Pi_o = \Pi_p \cdot V \cdot (C - O) \cdot H \cdot K_i \quad (2.10)$$

де: Π_p – ціна реалізації одиниці продукції з використанням об'єкту оцінки;

V – середньорічний обсяг випуску продукції;

C – період дії ліцензійного договору;

O – період освоєння ліцензій;

H – норма прибутку;

K_i – коефіцієнт, який враховує питому вагу об'єкту в прибутку від реалізації продукції.

Даний метод зосереджений на тому, що для об'єкту оцінки можна визначити норму прибутку для продукції, що реалізується з його допомогою. Однак це неможливо виокремити для певних складових корпоративного капіталу, особливо таких як соціальний капітал.

Метод економічного ефекту. Очікуваний економічний ефект (E_o) від господарського використання об'єкту оцінки, розраховується за формулою:

$$E_o = ((C_6 - C_n) - E_n (K_n - K_6)) \cdot V \quad (2.11)$$

де: C_6 – собівартість виробництва продукції без об'єкту оцінки;

C_n – собівартість виробництва продукції з об'єктом оцінки;

K_6 – капіталовкладення у виробництво продукції без об'єкту оцінки;

K_n – капіталовкладення у виробництво продукції з об'єктом оцінки;

V – плановий обсяг продаж продукції.

Такий метод не завжди можна використати для оцінки організаційного, споживчого, соціального капіталу і для оцінки соціальної відповідальності. Більшість характеристик цих складових корпоративного капіталу є якісними і потребують експертного оцінювання. Однак, використання цих складових може призводити до зменшення витрат на рекламу, на просування продукції, на укладання угод через підвищення рівня довіри контрагентів до підприємства і його продукції.

Метод капіталізації доходу. Під капіталізацією звичайно розуміють процес переведення доходів від використання якогось майна в його вартість. Розрізняють метод прямої капіталізації і метод капіталізації за нормою віддачі.

Метод прямої капіталізації заснований на переведенні прибутку від комерційного використання об'єкта оцінки у вартість останнього. Процедура цього метода включає, по-перше, виявлення джерел і розмірів чистого прибутку, по-друге, виявлення ставки капіталізації, і, по-третє, визначення вартості активу як добутку від ділення чистого прибутку на ставку капіталізації.

Це оцінка вартості об'єкту оцінки шляхом ділення фактичного або запланованого щорічного доходу (чистого прибутку після сплати податків або операційного прибутку), що отриманий від комерційного використання об'єктів оцінки на коефіцієнт капіталізації за формулою:

$$PV_{\text{кап}} = CF/K, \quad (2.12)$$

де: $PV_{\text{кап}}$ – поточна вартість об'єкту оцінки;

CF – грошовий потік середньорічного доходу;

K – коефіцієнт капіталізації.

Використання метода капіталізації припускає ситуацію безстрокового банківського поточного рахунку, процентний дохід по якому нараховується за постійною ставкою і повністю віднімається після його нарахування.

Метод капіталізації застосовують у тих випадках, коли розміри щорічних грошових потоків (грошові потоки нарахувань) рівномірні за величиною і надходять протягом необмеженого періоду часу.

Характерним випадком застосування метода капіталізації при оцінці капіталу може бути оцінка об'єктів, що належать підприємству і постійно використовуються у виробничому процесі протягом необмеженого часу, наприклад, конструкторська документація, виробничі технології, товарні знаки, ноу-хау. Цей метод використовують найчастіше як експрес-метод для розрахунку залишкової вартості, а іноді – для оцінки активів, термін життя яких практично не визначений.

Метод дисконтування грошових потоків. Використання метода дисконтування грошових потоків базується на теорії зміни вартості грошей в часі.

В основу методу дисконтування покладено один із основних фінансових законів, який формулюється так: сьогоднішня грошова одиниця коштує більше, ніж завтрашня. Співвідношення між поточною і майбутньою вартістю об'єкта описується формулою нарощування в майбутніх грошових потоках за методом складних відсотків. У цьому випадку, по-перше, оцінюються майбутні грошові потоки; по-друге, визначається ставка дисконтування; по-третє, розраховується сумарно вартість майбутніх грошових потоків. У цьому методі також використовується і другий закон фінансів, який визначає: безризикова грошова одиниця коштує дорожче, ніж ризикова. Тому ставка дисконтування на безризикові вкладення капіталу мінімальна, а на високоризикові – максимальна.

Життєвий цикл об'єкту розбивається на 2 періоди: прогностний (приблизно 3-10 років) і післяпрогностний, що іде в незкінченність. Якість доходів, з урахуванням факторів ризику, характеризується нормою дисконтування, яка визначається на основі аналізу бізнесу. Вартість об'єкту визначається як сума поточних вартостей грошових потоків прогностного і післяпрогностного періодів.

Розрахунок поточної ринкової вартості об'єкта оцінки за методом дисконтування грошових потоків (надходжень) чистого прибутку, проводять шляхом сумування щорічних грошових потоків (надходжень) чистого прибутку, поділених на відповідний коефіцієнт дисконтування за формулою:

$$PV = \sum_{k=1}^n CF_k \frac{1}{(1+r)^k}. \quad (2.13)$$

Елемент грошового потоку позначають CF_k (Cash Flow), де k - номер періоду, в який розглядається грошовий потік, r – коефіцієнт дисконтування.

Метод дисконтування застосовують у тих випадках, коли розміри грошових потоків роялті різні за розміром і нерівномірно надходять протягом обмеженого або необмеженого часу. Наприклад, так можна оцінити інтелектуальну вартість, що використовується у виробничій діяльності підприємства за ліцензійною угодою, за якою підприємство купує на визначений термін і на визначених умовах майнове право на використання об'єктів ліцензії (об'єктів виключного права) у своїй виробничій діяльності.

Метод дисконтування грошових потоків може бути використаний для тих видів капіталу, для яких можна визначити чисті грошові потоки. Якщо говорити про визначення всіх витрат, які здійснюються для створення даної частини капіталу, то це можливо для більшості складових корпоративного капіталу. Труднощі виникають при обчисленні прибутку, якій створений за рахунок використання саме цієї частини корпоративного капіталу.

Метод роялті. Метод роялті є основним методом оцінки вартості ліцензійних договорів на відчуження об'єктів інтелектуальної власності, впровадження яких супроводжується отриманням економічного ефекту у вигляді доходу (прибутку). При цьому він стає майже виключним при укладанні договорів з довгими термінами дії.

В якості бази роялті використовуються: економічний ефект, прибуток (доход) від використання винаходу, обсяг продукції, що реалізується, вартість основної перероблюваної сировини тощо.

Економічний ефект розраховується на основі оцінки параметрів майбутнього виробництва, серед яких: поточні витрати (собівартість), прибуток (доход) ліцензіата від використання об'єктів інтелектуальної власності.

Найбільш зручною базою роялті є вартість або кількість продукції, що реалізується, яка виготовляється по ліцензії, що практично виключає ризик для ліцензіара, пов'язаний з коливанням цін чи підвищенням собівартості продукції.

Після визначення бази партнери переговорів по ліцензійному контракту переходять до визначення ставок роялті. Спочатку встановлюють діапазон можливих ставок роялті, а потім погоджують їх остаточні розміри. Діапазон можливих ставок визначається величиною ставки нижньої та верхньої межі.

Ставка нижньої межі, тобто мінімальна ставка, на яку може погодитись ліцензіар, визначається як похідна від найменшої суми платежів за ліцензію. Вона як мінімум повинна відшкодувати затрати ліцензіара на створення, підготовку та передачу об'єкта ліцензії ліцензіату у споживчому вигляді.

Ставка верхньої межі, тобто максимальна ставка, на яку погодиться ліцензіат, визначається за найкращим із альтернативних варіантів рішення, яке він може вибрати замість придбання ліцензії (проведення власних НДДКР, придбання за ліцензією альтернативної технології, перехід на випуск іншої продукції, придбання готових виробів, тощо) з урахуванням фактору часу.

У світовій практиці ліцензійної торгівлі ціна ліцензії визначається як доля (роялті) потенційного додаткового прибутку, і сягає 10-30% цього додаткового прибутку. Визначення ставок роялті достатньо складний процес, і тому партнери можуть використати набутий у світовій практиці досвід щодо стандартних (галузевих) ставок роялті чи ставок роялті по аналогах, за раніше укладеними контрактами.

Значні капіталовкладення, великий ризик в освоєнні ліцензії дають право ліцензіату на отримання більшої частки від прибутку, отриманої з використанням об'єкту ліцензії. За кордоном доля ліцензіара коливається в межах 10-50%, справедливою вважається ставка в межах 10-30%. Визнавши справедливу межу, сторони визначають погоджену ставку роялті у відсотках чи твердій ставці, виходячи із погодженої бази роялті.

Цей метод базується на практиці міжнародного обміну технологіями і представляє собою процедуру оцінки, виходячи із міжнародного досвіду продаж ліцензій. Оцінка вартості методом «роялті» полягає в дисконтуванні або капіталізації щорічних грошових потоків (надходжень) роялті за гіпотетичною або реальною ліцензійною угодою.

У більшості випадків щорічні розміри грошових потоків роялті розраховують у вигляді визначеного процента відрахувань від обсягів продаж промислової продукції за ліцензією, після цього визначають поточну (приведену на дату оцінки) вартість щорічних грошових потоків (надходжень) роялті та їх сумуванням визначають поточну вартість ціни ліцензії (вартість ліцензованої інтелектуальної власності).

$$PV = \sum_{k=1}^n CF_k \frac{1}{(1+r)^k} = \sum_{k=1}^n (P_k * V_k * R_k) / (1+r)^k, \quad (2.14)$$

де PV – поточна вартість грошових потоків роялті;

CF_k – прогнозовані грошові потоки роялті;

P_k – розрахункова ціна одиниці продукції за ліцензією;

V_k – щорічний обсяг виробництва продукції за ліцензією;

R_k – розрахункова ставка роялті;

r – ставка дисконту;

k – час.

На величину ставок роялті впливають такі фактори: технічна цінність об'єкта ліцензії; обсяг технічної документації; економічна ефективність; стадія розробки і готовність до промислового використання; наявність і обсяг

патентного захисту; обсяг прав, що передаються за ліцензією(виключні або не виключні); інжиніринг; обсяги виробництва і продаж; кон'юнктура ринку; конкурентні пропозиції; інші ціноутворюючі фактори. В зв'язку з великою кількістю ціноутворюючих факторів на практиці виникає проблема пошуку підходів до обґрунтування ставок роялті.

Визначення результативності маркетингових заходів та фінансових інвестицій має довгу історію, існують і розвиваються складні системи відстеження й бази даних для аналізу прибутковості інвестицій та порівняння поточної діяльності попередньою та еталонними стандартами. Наука визначення ефективності інвестицій у соціальні ініціативи дуже молода, їй бракує досвіду.

В [114] стверджують, що, оскільки вигоди, пов'язані з соціальною корпоративною відповідальністю, безпосередньо неможливо виміряти, і більшість компаній не розголошують витрат на таку діяльність, то оцінити окупність інвестицій у соціальну корпоративну відповідальність вкрай важко.

Рідко коли компанії повною мірою оцінюють альянс традиційного маркетингу та маркетингу добродійної справи, а також його потенційні наслідки для своїх прибуткових і неприбуткових структур.

Витратний метод оцінки вартості інтелектуального капіталу передбачає, що потенційний покупець, володіє відповідною інформацією (кошторисом витрат) про предмет купівлі, не заплатить за нього більше, ніж вартість іншого об'єкта в складі нематеріальних активів тієї ж корисності.

Також такий підхід передбачає визначення інтелектуального потенціалу шляхом підсумовування витрат на створення і використання його компонентів. З погляду структури інтелектуального потенціалу підприємства, витратний підхід недосконалий, оскільки враховує лише минулі витрати на створення інтелектуальних факторів, втілених в складовій під позначенням «інтелектуальний капітал». Резерви і можливості розвитку залишаються неоціненими, що занижує кінцевий результат оцінки [115].

Ю. Козир [116] оцінку знань на основі витратного підходу пропонує здійснювати за методами відновлюваної вартості, вартості заміщення і накопичення знань. Метод відновлюваної вартості він пропонує оцінювати з позиції, що для покупця знань важливо знати, який спосіб їх придбання при покупці виявиться найбільш ефективним: купити готовий інтелектуальний продукт або, витративши кошти та час, отримати самому необхідні знання та на їх основі самостійно створити необхідний продукт.

О. Кендюхов [117, с.143], виступаючи з критикою до даного підходу. По-перше, він визначає погрішності, які виникають у зв'язку із різкою диференціацією оплати некваліфікованої праці у різних сферах діяльності; по-друге, запропонований підхід, на його думку, не враховує ступінь засвоєння матеріалу у процесі навчання.

Метод вартості заміщення Ю. Козир пропонує використовувати як аналог методу накопичення активів. Тобто при оцінці знань необхідно оцінити також обсяг накопичених індивідуумом знань, зробити поправки на їх застарівання та забування, і перемножити кожний скоректований обсяг знань певного вигляду на вартість одиниці обсягу знань цього виду. Але при застосуванні цього методу пропонується використовувати дуже значну кількість коефіцієнтів, що обчислюються емпіричних шляхом.

Дохідний підхід у своїй основі містить прогнозування величини очікуваних чистих результатів використання інтелектуального капіталу підприємства, скоригованих з врахуванням фактору часу. Основним недоліком доходного підходу є практична ускладненість виділення частини сукупного результату, створюваного безпосередньо інтелектуальним фактором. Подібна оцінка теоретично можлива лише при зафіксованих у часі факторах виробництва у вигляді фізичного капіталу, спожитих трудових і матеріальних ресурсів, що на практиці фактично неможливо [115].

Дохідний підхід більш доцільний з точки зору визначення вартості продажу патенту або ліцензії. В цьому разі [118] пропонується використовувати метод дисконтування, який включає оцінку майбутніх

грошових потоків, що складають чистий дохід від об'єкта інтелектуального капіталу й величину амортизації цього об'єкта; визначення ставки дисконтування; розрахунок сумарної поточної вартості майбутніх доходів; додавання до отриманого результату вартості, що створюється інтелектуальним капіталом.

Такий підхід дозволяє оцінити інтелектуальний капітал за його внеском у капітал підприємства як актив бізнесу і є цілком доцільним для оцінки даних видів активів.

Порівняльний (ринковий) підхід передбачає зіставлення критеріїв інтелектуального потенціалу підприємства з відповідними показниками інших підприємств, у тому числі таких, що вже підлягали оцінці. Зазначений підхід найбільш повною мірою враховує розглянуті складові інтелектуального потенціалу підприємства і надає можливість розробки достатньо неускладнених практичних методів оцінки [115].

Ринковий підхід має занадто багато аспектів, щоб рекомендувати його для оцінки видів інтелектуального капіталу. Дані, необхідні для здійснення ринкового підходу, рідко доступні. Необхідні компоненти цих даних включають [117, с.143]: наявність угод із подібними видами інтелектуального капіталу; розкриття цінової політики; знання всіх необхідних фактів, відомих сторонам, які уклали угоду; відсутність примусу й обопільне бажання сторін при здійсненні угоди.

Б. Леонт'єв [119] зазначає, що існують три необхідні умови застосування методу порівняння продажів:

фіксація на ринку факторів продажу об'єктів аналогічного призначення і порівняної корисності;

доступність інформації про ціни продажу і дійсні умови здійснення цих операцій;

наявність аналітичної інформації про ступінь впливу помітних особливостей і характеристик таких об'єктів на їх вартість.

Загальні рекомендації щодо застосування дохідного, ринкового та витратного підходів до оцінки різних об'єктів інтелектуального капіталу подані у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Підходи до оцінки різних видів інтелектуального капіталу

Показники	Основний підхід	Другорядний підхід	Неефективний підхід
Патенти і технології	Дохідний	Ринковий	Витратний
Торговельні марки і найменування	Дохідний	Ринковий	Витратний
Авторські права	Дохідний	Ринковий	Витратний
Навчений персонал	Витратний	Дохідний	Ринковий
Програмне забезпечення управління	Витратний	Ринковий	Дохідний
Виробниче програмне забезпечення	Дохідний	Ринковий	Витратний
Мережа збуту	Витратний	Дохідний	Ринковий
Франчайзингові права	Дохідний	Ринковий	Витратний
Корпоративна практика і методика	Витратний	Дохідний	Ринковий

Джерело: [117, с.143]

Практична реалізація методів оцінювання інтелектуального капіталу підприємства потребує експертного визначення критеріїв інтелектуального капіталу підприємства, створення шкали оцінювання його рівня відповідно до управлінських задач, збору однотипних даних за порівнюваними об'єктами.

Експертний (ринковий) метод оцінки вартості інтелектуального капіталу передбачає використання методу порівняльних продаж, тобто прямого порівняння оцінюваного об'єкта з іншим, аналогічним за якістю, призначенням і корисністю, який був проданий у співставний час на аналогічному ринку [120].

Відповідність використовуваних методів оцінки складовим частинам корпоративного капіталу згідно із запропонованою структурою представлено у табл. 2.6.

**Відповідність використуваних методів оцінки складовим частинам
корпоративного капіталу згідно із запропонованою структурою**

Методи оцінювання	Складові частини корпоративного капіталу згідно із запропонованою структурою
Метод відновлюваної вартості	Фізичний капітал, фінансовий капітал, інтелектуальна власність
Метод вартості заміщення	Фізичний капітал, фінансовий капітал, інтелектуальна власність
Метод вихідних витрат	Фізичний капітал, фінансовий капітал, інтелектуальна власність
Метод коефіцієнтів	Фізичний капітал, фінансовий капітал, соціальний капітал, людський капітал. інтелектуальна власність, споживчий капітал, соціальна корпоративна відповідальність, організаційний капітал
Метод фактичних витрат	Фізичний капітал, інтелектуальна власність як нематеріальний актив, фінансовий капітал, людський капітал
Метод планових витрат	Фізичний капітал, інтелектуальна власність як нематеріальний актив, фінансовий капітал, людський капітал
Метод приведених витрат	Фізичний капітал, інтелектуальна власність як нематеріальний актив, фінансовий капітал, людський капітал
Метод порівняння продажів	Фізичний капітал, фінансовий капітал, інтелектуальна власність, людський капітал (у частині оплати праці)
Метод ринку інтелектуальної власності	Інтелектуальна власність, споживчий капітал (у частині ТМ, Бренди, Фірмові назви)
Метод експертних оцінок	Фізичний капітал, фінансовий капітал, соціальний капітал, людський капітал. інтелектуальна власність, споживчий капітал, соціальна

	корпоративна відповідальність, організаційний капітал
Метод капіталізації доходу (прибутку)	Фізичний капітал, фінансовий капітал, людський капітал, інтелектуальна власність, споживчий капітал
Метод комерційної значущості	Фізичний капітал, інтелектуальна власність
Метод прибутку	Людський капітал, інтелектуальна власність, фізичний капітал, фінансовий капітал,
Метод економічного ефекту	Людський капітал, фізичний капітал, фінансовий капітал,
Метод дисконтування	Фізичний капітал, фінансовий капітал, людський капітал, інтелектуальна власність, споживчий капітал
Метод роялті	Фізичний капітал, фінансовий капітал, людський капітал, інтелектуальна власність, споживчий капітал

Можна розподілити всі методи на такі, за допомогою яких можна чітко визначити витрати або інвестиції на створення даного виду капіталу і ті, які не дозволяють це здійснити на основі звичайної фінансової звітності. Ці витрати можна вважати мінімальною базою оцінки капіталу із врахуванням методу нарахування прибутку, серед яких розглядалися такі: капіталізації доходів, дисконтування, роялті, норми прибутку, норми ефективності, комерційної значущості.

Більшість методів оцінки базується на визначенні інвестицій на створення капіталу.

Як бачимо, серед розглянутих методик оцінки капіталу чітко виокремлюються такі способи оцінювання:

1. Знаходяться витрати на створення даного виду капіталу, дохід, який отримано внаслідок використання цього капіталу в процесі виробництва і на

основі всього вище зазначеного визначається норма прибутку (коефіцієнт, на основі якого можна визначити участь капіталу у створенні прибутку).

2. Знаходиться дохід, який отримано внаслідок використання даного виду капіталу в процесі виробництва, на основі коефіцієнту прибутковості даного виду капіталу можна визначити необхідний обсяг інвестицій у створення даного виду капіталу.

3. Знаходяться витрати на створення даного виду капіталу, на основі коефіцієнту прибутковості даного виду капіталу можна визначити дохід, який отримано внаслідок використання даного виду капіталу в процесі виробництва.

Тобто виходять із того, що можна найти найбільш точно при оцінці капіталу. Важливе значення при визначенні вартості відіграє спосіб використання об'єкта оцінки. Найбільш ефективне використання визначається як найбільш ймовірне використання активу, яке належним чином виправдано, юридично допустиме, фінансово здійсненне і при якому оцінка цього активу дає максимальну величину вартості.

2.2. Методи оцінки людського капіталу

На макрорівні, для порівняння країн, використовують індекс розвитку людського потенціалу (ІРЛП, англ. Human Development Index, HDI) — індекс для порівняльної оцінки бідності, грамотності, освіти, середньої тривалості життя й інших показників країни. Індекс був розроблений у 1990 році пакистанським економістом Махбубом ель Хаком (Mahbub ul Haq), концептуальна структура індексу була створена в роботі Амартіі Сена і використовується з 1993 року ООН в щорічному звіті до розвитку людського потенціалу.

При підрахунку ІРЛП враховують три види показників:

1. Середня тривалість життя при народженні – оцінює довголіття.

2. Індекс освіти: рівень грамотності дорослого населення країни (2/3 індексу) і сукупна частка учнів та студентів (1/3 індексу).

3. Рівень життя, оцінений через ВВП на душу населення при паритеті купівельної спроможності (ПКС) в доларах США.

Альтернативним індексом є Індекс бідності (також розроблений ООН для оцінки якості життя населення у будь-якій країні).

Розроблена і науково обґрунтована узагальнена система показників, що характеризує кількісні і якісні характеристики соціально-економічної диференціації соціального розвитку, включає:

- коефіцієнт диференціації індексу розвитку людського потенціалу, що характеризує розбіжності в соціально-економічному розвитку аналізованих країн, регіонів, соціальних груп;

- коефіцієнт диференціації індексу здоров'я (довголіття), який показує, наскільки стан здоров'я в одній країні, регіоні краще, ніж в іншому;

- коефіцієнт диференціації індексу освіти. Такий показник визначає ступень перевищення рівня освіти населення в одній країні (регіоні або іншому об'єкті дослідження) над рівнем освіти (грамотності) населення іншої країни;

- коефіцієнт диференціації індексу доходу, що визначає рівень економічної диференціації аналізованих країн або регіонів;

- коефіцієнт диференціації індексу смертності, як показник розбіжностей в стані здоров'я порівнюваних країн або регіонів;

- коефіцієнт диференціації рівня професійної освіти, що відображує розбіжності в ступені охоплення навчанням другого і третього ступеня освіти в досліджуваних країнах або регіонах.

У 2010 році сам індекс мав суттєве корегування. На доданок до існуючого ІРЛП, були введені три нових індикатори: індекс людського розвитку, скорегований з урахуванням соціально-економічної нерівності (ІЛРН), індекс гендерної нерівності (ІГН) и індекс багатомірної бідності (ІББ).

Залежно від значення ІРЛП країни класифікують за рівнем розвитку: дуже високий (42 країни), високий (43 країни), середній (42 країни) и низький (42 країни) рівень [121-124].

Щодо України, то незважаючи на відносне зростання індексів у 2009-2012 роках, динаміка рейтингу навпаки погіршилася. У 2010 році Україні належала 69-та позиція, у 2011 – 76-та з показником 0,737, а у 2012 році 78-ма з показником 0,740. За критеріями досліджуваного індексу в нашій країні найкращий стан справ з освітою та грамотністю – 0,860 (29 місце у світі), помітно гірші зі здоров'ям та довголіттям – 0,760, а найгірший стан з рівнем життя (економічним розвитком) – 0,615. На момент набуття Україною незалежності, індекс людського розвитку був вищий, ніж європейський та центральноазійський (0,714 проти 0,701), а на даний час він нижчий на 0,31 (0,740 проти 0,771).

Останнім часом в Україні створено власну методику визначення рівня людського розвитку, яка базується на таких дев'яти основних аспектах оцінки: демографічний розвиток, розвиток ринку праці, матеріальний добробут, умови проживання населення, рівень освіти, стан та охорона здоров'я, соціальне середовище, екологічна ситуація, фінансування людського розвитку [125]. Найбільший вплив на визначення місця регіону в системі оцінки людського розвитку займають рівень освіти, умови проживання та матеріальний добробут населення і найменш помітний вплив справляє ринок праці.

Оцінка людського капіталу повинна починатись з визначення мети, завдань, предмету та об'єктів оцінки. При визначенні мети необхідне спиратись на напрямках використання оцінки. Таким чином, формулювання мети надасть можливість визначення кола завдань, які потрібно вирішити після оцінки. Предмет відповідає на запитання, що ми оцінюємо, тому необхідно визначитись з рівнем агрегування людського капіталу.

Слід звернути увагу на кілька принципових моментів, що впливають із визначення людського капіталу:

по-перше, людський капітал – це не просто сукупність зазначених характеристик, а саме сформований або розвинений в результаті інвестицій і накопичений певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій;

по-друге, це такий запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивації, який доцільно використовується для одержання корисного результату і сприяє зростанню продуктивності праці;

по-третє, використання людського капіталу закономірно приводить до зростання заробітків (доходів) його власника;

по-четверте, таке зростання доходів стимулює подальші інвестиції в людський капітал, що приводить до подальшого зростання заробітків.

Залежно від рівня агрегування, людський капітал може бути персоніфікований або інтегрований [87]. Об'єктами виміру на будь-якому рівні тут пропонуються такі параметри: активи людського капіталу; зусилля, які здійснені у минулому (інвестиції, які здійснені підприємством в людський капітал) або віддача від накопичених у минулому витрат.

Сутність і зміст структурних складових людського капіталу Т.Петухова пропонує проводити з трьох якісно різних сторін: як характеристику соціальної спільності, як характеристику трудових ресурсів підприємства та як характеристику особистості в їх взаємозв'язку й взаємовпливі. При цьому вона виокремила три основні компоненти:

1. Виробничо-кваліфікаційний компонент - професійно-кваліфікаційні й освітні активи.
2. Соціально-персонологічний компонент - психофізіологічні й інноваційно-творчі активи.
3. Ціннісно-поведінковий компонент - активи особистості (мотивація, культура, мораль, духовність тощо).

Для оцінки необхідних індивідуальних характеристик вона пропонує проводити атестацію працівників, кваліфікаційне тестування, інтерв'ю, співбесіду, психодіагностичні процедури.

Т. Петухова вважає, що якщо прийняти кількість кожного фактору в конкретній людині за 100 відсотків, то в роботі буде використовуватися тільки деяка їх частина. Окремі якості людини не буде використано повністю через невідповідну йому систему мотивації. Багато якостей людині потрібні й у повсякденному житті, тому не завжди доцільно всі 100% використовувати в роботі, наприклад, фізичні можливості. Але вона цілком доцільно вважає, що необхідно оцінювати саме ту частину людського капіталу, що буде використана для досягнення цілей підприємства. Із цим можна погодитись, але потрібно зазначити, що важливим є те, як порівняти витрати на людський капітал із результатами діяльності, які отримані за рахунок використання цього капіталу.

До загального переліку показників і характеристик персоніфікованого людського капіталу, вона відносить такі показники:

- інтелектуальний рівень і творчий потенціал працівників: рівень освіти, здатність до творчого рішення завдань, пізнавальні здібності, освоєні методи, уміння, навички, інноваційність тощо;
- фізіологічні характеристики: стать, вік, стан здоров'я, працездатність, фізична сила, витривалість, стомлюваність тощо;
- професійний і життєвий досвід: уміння осмислювати нестандартні ситуації, навички моделювати дії, здатність розумно діяти тощо;
- комунікативність, організаторські здібності, лідерство, культура спілкування, культура мови, здатність до співробітництва, відсутність опору змінам;
- рівень культури й моральність: ієрархія цінностей (загальна й професійна), обов'язковість, виконавча дисципліна, чесність, порядність, некорисливість, доброта, самокритичність тощо.

До другого блоку відносяться показники, які відображають стан інтегрованого людського капіталу. До складу показників сукупного людського капіталу підприємства Т.Петухова пропонує включати: віковий склад працівників; кваліфікаційний склад працівників; середній стаж роботи

зі спеціальності; середньо-галузевий стаж роботи; структура за рівнем освіти та відповідність посаді; середнє число років, відпрацьованих працівниками на даному підприємстві; середню заробітну плату по основних категоріях працюючих; чисельність працівників, що одержали освіту або підвищили кваліфікацію за певний період; чисельність працівників, що навчаються; чисельність працівників, що пройшли (проходять) підготовку на виробництві; кількість наукової продукції (наукових звітів, практичних розробок, закінчених експериментів, винаходів, ноу-хау тощо), створеної на підприємстві; величина доданої вартості з розрахунку на одного працівника та за видами діяльності; питома вага нових видів продукції у діючих цінах до загального обсягу продукції підприємства; рівень плинності кадрів підприємства; кількість днів тимчасової непрацездатності через хворобу на одного працюючого.

До третього блоку відносяться показники, які відображають внесок підприємства у розвиток людського капіталу (інвестиції в людський капітал). Набір вартісних показників у самому загальному вигляді можна представити переліком таких витрат: витрати на операції пошуку на ринку праці, які пов'язані з залученням і наймом працівників необхідної кваліфікації; витрати на навчання, підготовку, перепідготовку, стажування та інших методів придбання і підвищення кваліфікації діючих, потенційних, а також тих працівників, що звільняють; витрати на заходи, спрямованні на підтримку здоров'я працівників і членів їх родин; витрати на заходи, спрямованні на підвищення культурного рівня працівників; витрати на заходи, пов'язані із залученням нових працівників; витрати на заходи, пов'язані із вивільненням працівників у вигляді вихідної допомоги, заходів з соціального захисту, сплати юридичних послуг тощо.

Крім вартісних показників, внесок підприємства у розвиток людського капіталу характеризується наступними показниками: відсоток витрат на навчання й підвищення кваліфікації від фонду оплати праці, прибутку, доходу; частка витрат на людський капітал у загальних витратах підприємства

(при цьому витрати пропонується враховувати по наступних статтях: на навчання й підвищення кваліфікації; на поліпшення здоров'я працівників і членів їх родин; підбор, найм персоналу; на поліпшення житлових умов; надання транспортних послуг працівникам; придбання спеціальної літератури; витрати на створення або удосконалення культури та санітарно-гігієнічних умов праці); відсоток, що становить фонд оплати праці від доходу; відсоток витрат на фінансування соціального пакету від фонду оплати праці тощо [87].

Такий перелік показників для оцінки людського капіталу є дуже надмірним, може така оцінка і буде точною, але дуже складною. При здійсненні оцінювання за такою методикою низькі значення по одних складових цілком ймовірно будуть компенсуватись високими значеннями по інших, внаслідок цього оцінка не буде відображати точної картини щодо значення людського капіталу. Крім того, важливо не просто визначити людський потенціал, як можливість до підвищення продуктивності, але й потрібно визначити людський капітал в частині того, як він вплинув на створення доданої вартості. А для цього потрібно не просто визначити можливості, але й ту частину, що була реалізована у процесі виробництва і мала позитивний ефект.

Людський капітал не відображається у складі активів підприємства, так як він не належить йому [126]. Приріст виникає за рахунок набуття нових знань персоналом, які здатні принести вигоду підприємству, а також за допомогою ефективного застосування їх працівниками.

Основним статистичним показником, який відображає людський капітал, є питома вага нових видів продукції у загальному об'ємі продукції підприємства. Вартісну оцінку новизни нової продукції доцільно визначати як різницю між собівартістю нової продукції та ціною продажу застарілої продукції.

Такі характеристики людського капіталу, як відношення працівників до роботи, відчуття задоволення роботою, взаємовідносини в колективі складно

оцінити фінансовими показниками, тому в таких випадках проводять бальну оцінку.

По кожній із відповідей виставляються бали згідно зі шкалою оцінювання, здійснюється скаляризація оцінок та результати порівнюються із результатами досліджень за попередні роки. Оцінку стажу, досвіду, плинності кадрів доцільно оцінювати за такими показниками:

- вікова структура працівників;
- кваліфікаційна структура;
- середній стаж роботи за спеціальністю;
- чисельність співробітників, що безпосередньо працюють з клієнтами;
- величина доданої вартості в розрахунку на одного спеціаліста та на одного службовця компанії;
- середня кількість років, відпрацьованих спеціалістами на підприємстві, та інші.

Ушенко Н. В. У дисертаційній роботі [127] визначає, що в умовах безперервного технічного прогресу головним ресурсом швидкого конкурентного розвитку інноваційно-орієнтованого підприємства стають нові технологічні ідеї (новації), тобто перш за все висока кваліфікація і творча активність людей, здатних ці ідеї втілювати у життя. Вчені, дослідники, новатори різних професій стають потужною рушійною силою та надійною основою науково-технічного розвитку підприємства.

Потреба у безперервному поповненні й відновленні професійних знань, їхньої актуалізації на продуктивному етапі людського життя обумовлена темпами науково-технічного прогресу, переходом до інформаційного розвитку суспільства, широким застосуванням інформаційних технологій. За деякими оцінками, середньорічний темп приросту нових знань становить 4 – 6%. Це означає, що близько 50% професійних знань фахівець повинен одержати після закінчення навчального закладу.

За деякими оцінками обсяг часу, необхідний для відновлення професійних знань для фахівців з вищою освітою, становить 28% від

загального обсягу часу, яким володіє працівник протягом усього працевдатного періоду [128, с. 119].

Михайлова Л.І. пропонує два підходи до розвитку людського капіталу на підприємствах [91, с. 118]:

- перший підхід зорієнтований на використання вже існуючих у людини знань, здібностей та вмінь з метою отримання швидкого економічного ефекту. У цьому випадку витрати на професійне навчання розглядаються як видатки, які необхідно скорочувати;

- другий підхід передбачає розвиток людського капіталу як стратегічного виду ресурсів, який буде забезпечувати конкурентні переваги підприємства й потребує довгострокових інвестицій. Даний підхід являється найбільш перспективним, оскільки для успішного економічного розвитку суттєве значення має людський інтелект, знання, котрі повинні розвиватися і матеріалізуватися в інноваціях, підвищенні продуктивності і якості праці і, отже, прирощуванні прибутку й зросту конкурентоспроможності підприємства.

При цьому автором не визначається метод оцінювання і показники, які для цього можна використовувати.

Співвідношення інвестицій у людський капітал, у порівнянні з інвестиціями в основний капітал, характеризується різноманітними пропорціями, але найчастіше – 0,6/0,4 з перевагою інвестицій у людський капітал. Безперервна освіта стає важливим фактором конкурентоспроможності фахівця на ринку праці, тому навчання повинне бути безперервним і адаптивним. Найбільш істотний вплив на продуктивність праці має професійне навчання, причому зв'язок цей незворотний. Тобто професійне навчання не сприяє продуктивності праці, а, навпаки, збільшує витрати підприємства без певної віддачі.

Величина і якість людського капіталу стають головним чинником стійкого розвитку у світі, тобто такого розвитку, при якому зберігається сукупний капітал суспільства, що включає відтворений капітал

(устаткування, будівлі та ін.), природний (природні ресурси і якість навколишнього середовища з урахуванням їх економічної оцінки) і людський капітал. Для того, щоб розвиток суспільства був стійким, сума цих трьох видів капіталу не повинна зменшуватись [10].

Характерними ознаками людських ресурсів розглядаються: знання (теорія), уміння і навички (практика), досвід, цінності, амбіції. В літературі також широко використовується поняття «управління кадрами», під яким розуміють набір дій (рішень), пов'язаних із людьми, спрямованих на досягнення цілей організації і задоволення потреб (розвитку) працівників. Предметом досліджень функції персоналу підприємства є люди як суб'єкти, що прагнуть досягти індивідуальних та організаційних змін, а отже, працівники з так званої кількості і якості, їх мотивація та зацікавленість у діяльності підприємства, їх результати.

Поняття «людський капітал» розглядають на трьох рівнях [39]:

– на особистісному рівні людським капіталом називаються знання та навички, які людина здобула шляхом освіти, професійної підготовки, практичного досвіду (використовуючи при цьому свої природні здібності) і завдяки яким вона може брати участь у виробництві економічних благ і надавати цінні послуги іншим людям. На цьому рівні людський капітал можна порівняти з іншими видами особистої власності (майно, гроші, цінні папери), що приносить доходи, і його називають особистим або індивідуальним людським капіталом;

– на мікроекономічному рівні людський капітал являє собою сукупну кваліфікацію та професійні здібності усіх працівників підприємства, а також здобутки підприємства у справі ефективної організації праці і розвитку персоналу. На цьому рівні людський капітал асоціюється з виробничим і комерційним капіталом підприємства, причому прибуток формується від ефективного використання усіх видів капіталу;

– на макроекономічному рівні людський капітал включає накопичені вкладення в такі галузі діяльності, як освіта, професійна підготовка і

перепідготовка, служба профорієнтації та працевлаштування, оздоровлення тощо, і є істотною частиною національного багатства країни. Називають його національним людським капіталом. Цей рівень включає загальну суму людського капіталу усіх підприємств та усіх громадян держави (без повторного рахунку), оскільки національне багатство включає багатство всіх фізичних і юридичних осіб.

Намагання виміряти вартість людини відомі ще з часів У. Петті. А. Сміта та Д. Рікардо вважали, що продається не робоча сила, а праця. К. Маркс доводив, що робітник продає не працю, а товар який йому належить – «робочу силу», яка має споживчу вартість [129].

На початку ХХ ст. з'явилися праці, в яких автори І. Фішер, С. Форсіт, Ф. Крам, Ю. Фіш, Л. Дублін, А. Лотк намагались розрахувати вартість окремої людини, всього населення країни і визначити втрати суспільства від хвороб і передчасної смерті. Ці спроби узагальнені і розглянуті Б.Ф. Кікером в праці «Історичне коріння і концепції людського капіталу» [130].

Величину людського капіталу оцінити складно, але розрахувати наближений розмір інвестицій та порахувати їх ефективність можливо.

Основними напрямками інвестування в людський капітал розглядаються такі [88]:

1. Освіта та спеціальна підготовка професійного характеру - загальна освіта; витрати в період адаптації на робочому місці; профпідготовка та підвищення кваліфікації; перепідготовка працівників; міжнародний обмін та стажування.

2. Охорона здоров'я - охорона праці; профілактичні заходи та діагностика; оплата лікування та відновлення здоров'я; добровільне медичне страхування за рахунок підприємств; будівництво та утримання оздоровчих та фізкультурних центрів.

3. Система мотивації - система оплати праці; система преміювання та морального заохочення; кар'єрне зростання; соціальне забезпечення та соціальні гарантії.

4. Забезпечення мобільності - витрати на підбір персоналу; тимчасова заміна працівника; витрати на переїзд, житло; створення індивідуальних умов праці; система додаткових пільг та компенсацій.

Сьогодні потрібно розуміти важливість зв'язку між людським капіталом і фінансовими результатами підприємства, який в сучасних умовах традиційними бухгалтерськими методами визначити неможливо.

Виникають проблеми при урахуванні інвестицій в людський капітал і вимірюванні одержуваних результатів. Витрати на навчання персоналу і підвищення його кваліфікації за правилами фінансового обліку відносять до витрат, а не до інвестицій, хоча з погляду управлінського обліку їх пропонують відносити саме до інвестицій [131]. Для оцінки результатів таких інвестицій організації розробляють складні системи обліку, побудовані в основному за якісними показниками.

Намагаючись кількісно визначити людський капітал, підприємства прагнуть встановити внесок в роботу компанії кожного із її співробітників. «З метою порівняльної оцінки людського капіталу окремих суб'єктів інституціональної економіки: визначених підприємств однієї сфери, окремих галузей економіки чи окремих індивідів, можна застосовувати їх заробітну плану в якості вимірника вартості людського капіталу, яка повинна забезпечувати відтворення його здатності продавати робочу силу» [132, с. 76].

Лауреат Нобелівської премії в області економіки Дж. Тобін запропонував розрахувати коефіцієнт людського капіталу компанії як співвідношення ринкової вартості компанії до вартості заміни її основних виробничих фондів. Чим вищий цей коефіцієнт, тим вищий інтелектуальний капітал компанії [133, с. 39]. Але людський капітал є лише складовою частиною інтелектуального капіталу і виокремити його внесок за цим коефіцієнтом складно.

Фіценс Ж. пропонує здійснювати оцінку як леверидж людського знання, тобто відношення вартості людського капіталу компанії до її власних

засобів, винагороджуючи зростанням ринкової вартості за сервіс і технології ті компанії, які перевищують свою балансову вартість [134].

Кавецький В.В. відмічає, що величину людського капіталу можна розрахувати як зростання національного багатства, обумовленого індивідуальним внеском кожної особи, який можна оцінити у вартісному виразі за формулою рентабельності праці (відношення частки національного доходу, який залишається суспільству від діяльності групи працівників, до частки, спрямованої на особисте споживання групи працівників). Проте такий спосіб оцінки людського капіталу, на думку В.В. Кавецького, відображає лише частину його дійсної вартості [135].

Окремі компанії намагаються розробити додаткові системи оцінки і бухгалтерського обліку людського капіталу, які б надавали інформацію для ухвалення рішень з внутрішньофірмових питань, забезпечували б оперативний контроль і зворотний зв'язок та складання звітів для зовнішніх користувачів.

Інші компанії віддають перевагу створенню спеціальних програм аналізу використання людського капіталу для ухвалення рішень, не змінюючи при цьому систему бухгалтерського обліку.

Едвінсон Л. розробив матрицю, що отримала назву «Skandia Navigator» – інструмент, що дозволив виявити і збільшити інтелектуальний і людський капітал у підрозділі компанії «Assurance Financial Services» (AFS) компанії «Skandia Navigator» показує, як людський капітал, у поєднанні зі споживчим капіталом, внутрішніми процесами і здібностями компанії до інновацій, створює фінансову цінність компанії. Програмне забезпечення, відоме як «Dolphin», яке базується на концепції «Navigator», надає користувачам інформацію про роботу компанії з урахуванням орієнтації на конкретний фактор і дозволяє моделювати сценарії розвитку, наприклад збільшення вартості акцій компанії або зростання обсягів продажів. «Skandia» є лідером оцінки людського капіталу, проте інші підприємства також створюють

програми, що зосереджуються на одному або двох конкретних аспектах оцінки.

Одним із таких підприємств, що вивчає людський капітал, стала американська компанія «Georgia Merit System». Старший консультант з кадрових питань Ч. Брукс використовує процес дослідження компетентності, що отримав назву «Strategic Assessment Research», для того, щоб виявити цінність сукупного людського капіталу співробітників всього штату. Цей процес включає вимірювання продуктивності кожного співробітника, щоб виявити кращих, потім проводиться серія інтерв'ю з кожним із співробітників і визначається, як працюють найкращі фахівці.

Фірми, які здійснюють оцінку людського капіталу, також формують і публікують звіти про інтелектуальний капітал (складовою якого є людський капітал), які доповнюють інформацію до традиційних фінансових звітів. Такі звіти є інструментом для вимірювання та управління інтелектуальним капіталом і демонстрації привабливості компанії для інвестицій. Звіти про інтелектуальний капітал можуть бути двох видів:

- 1) докладний звіт – готується для внутрішніх потреб для менеджменту і демонстрації персоналу компанії з метою консолідації зусиль колективу;
- 2) скорочений звіт – відсутня інформація, що не підлягає розголосу та формується для потенційних інвесторів з метою залучення інвестицій.

Для дослідження доступні в основному скорочені звіти про інтелектуальний капітал, що відповідають різним моделям подання інформації: «quality Accounts / Ethical Accounts» (компанії «Consultus»), Navigator (компанії «Scandia»), «Human resource accounts» (компанії «SCAA», «ABB», «Telia»). Переважна більшість таких звітів містить такі розділи:

1. Розділ «Що є» містить візуалізовану інформацію нефінансового характеру у вигляді графіків, діаграм про наявні ресурси компанії, людські ресурси, клієнтів, представлені технології та ін.

2. Розділ «Що робиться» містить нефінансову інформацію про зусилля менеджменту щодо розвитку інтелектуального капіталу компанії, зокрема

розвитку людського капіталу, роботи з клієнтами, забезпечення доступу до технологій.

3. Розділ «Що виходить» побудований на фінансових показниках, щоб показати, як інтелектуальний капітал компанії забезпечує отримання дохід через появу нових товарів або послуг, необхідних клієнтам.

Для оцінки вартості людського капіталу М. Добія [136] пропонує використовувати затратний метод, оскільки даний метод оперує системою показників, які можуть бути однозначно і точно визначені. Згідно із затратним методом, сконцентрований в особі працівника людський капітал – це сума накопичених витрат на утримання і підвищення кваліфікації, помножена на чинник досвіду. Суму цих вартостей наведено у формулі:

$$H(T) = (K + E) \cdot [1 + Q(T)] \quad (2.15)$$

де $H(T)$ – вартість капіталу, приписаного особі;

K – накопичені кошти на утримання;

E – накопичені витрати на освіту;

$Q(T)$ – чинник досвіду.

Чинник досвіду визначається функцією часу (змодифікованою кривою навчання):

$$Q(T) = 1 - T^{\frac{\ln(1-w)}{\ln 2}} \quad (2.16)$$

де w – коефіцієнти навчання;

T – роки праці за професією, при $T > 1$.

Згідно з вищенаведеною моделлю працівник, який виконує ту саму роботу в наступному році, виконує її на $w\%$ краще і дешевше. Слід зазначити, що показник w може знаходитися в межах від 0 до 1. Такі обмеження обумовлені значенням показника чинник досвіду, який за недотримання зазначених меж може набувати від'ємного значення, що є неможливим. Відповідно, показник $Q(T)$ може мати лише додатне значення.

Доцільно було б також при наданні такого підходу визначити, як саме потрібно визначати коефіцієнт навчання, накопичені кошти на утримання;

накопичені витрати на освіту. Хоча сам підхід до врахування чиннику досвіду є цікавим.

На основі аналізу наведених даних в роботі Н.М. Королюк [137] можна зробити такі висновки:

1. Формування розміру людського капіталу відбувається на підставі таких даних: сума витрат на утримання (K), на освіту (E), роки праці за професією (T), коефіцієнт навчання (w), чинник досвіду ($Q(T)$).

2. Існують наступні межі для показників: $T > 1$, $Q(T) > 1$, w від 0 до 1.

3. Спостерігається пряма пропорційна залежність показників від результуючого $H(T)$.

4. Збільшення років праці за професією збільшує показник чинника досвіду, який у свою чергу збільшує вартість людського капіталу $H(T)$.

5. Аналогічно більший розмір заробітної плати та інших виплат на утримання працівника (K) збільшує розмір людського капіталу.

6. Більший розмір людського капіталу характеризує більший досвід працівника, його вищий рівень знань, кваліфікацію, а відтак, і, більшу заробітну плату.

Також тут вважають обґрунтованим ввести в систему рахунків бухгалтерського обліку нової групи позабалансових рахунків – «Немонетарні людські активи», в яких буде відображатися інформація про людський капітал підприємства та кожного окремого працівника. Для цього до Плану рахунків бухгалтерського обліку до групи позабалансових рахунків пропонується додати синтетичний рахунок з кодом 010 «Людський капітал» з подальшою деталізацією на відповідних субрахунках.

Даний метод містить якісні характеристики людського капіталу визначення яких має певні труднощі.

Для оцінки людського капіталу окремого підприємства у [138] пропонується застосувувати наступні показники за декілька років: чистий прибуток підприємства; середньомісячна заробітна плата одного працюючого у перерахунку на долари США; кількість інноваційних

розробок; коефіцієнт плинності висококваліфікованих кадрів; підвищення кваліфікації працюючих; кількість працівників із вищою освітою.

Для приведення різних показників до однієї бази розрахунків застосовується метод рангів. Кількість рангів визначається за кількістю років дослідження. Найкращий стан показника оцінюється мінімальним рангом - 1, а максимальний - 4. Використовуючи даний метод, будується «Багатокутник розвитку людського капіталу».

Однак набір показників, який тут пропонується, дуже опосередковано пов'язаний із оцінкою людського капіталу.

В роботі Дробиш Л.В. [139] пропонується система показників оцінки людського капіталу підприємств сфери торгівлі, яка поділяється на дві групи: показники використання й показники нагромадження людського капіталу підприємства (табл. 2.7). Як видно з таблиці, ефективність використання персоналу підприємства оцінюється передусім продуктивністю праці, рентабельністю витрат на персонал і часткою витрат на персонал у обсязі товарообороту.

Таблиця 2.7

Система показників оцінки використання й нагромадження людського капіталу на підприємствах сфери торгівлі

<i>Використання людського капіталу</i>		<i>Нагромадження людського капіталу</i>	
Показник	Алгоритм розрахунку	Показник	Алгоритм розрахунку
1. Кількість раціоналізаторських пропозицій у розрахунку на одного працівника ($РП_p$)	$РП_p = РП / Ч$ РП – кількість раціоналізаторських пропозицій; Ч – загальна чисельність працівників підприємства	1. Освітньо-кваліфікаційний рівень: - частка управлінського персоналу ($Д_{уво}$), спеціалістів ($Д_{сво}$), продавців ($Д_{пво}$) і оперативних	$Д_{уво} = Ч_{уво} / Ч_y$ $Д_{сво} = Ч_{сво} / Ч_c$ $Д_{пво} = Ч_{пво} / Ч_p$ $Д_{орво} = Ч_{орво} / Ч_{ор}$ $Ч_{уво}, Ч_{сво}, Ч_{пво}, Ч_{орво}$ – чисельність управлін-

2. Коефіцієнт раціоналізаторської активності ($K_{ра}$)	$K_{ра} = РП / СП/12$ <p>СП – тривалість роботи працівника за спеціальністю, місяців</p>	робітників ($D_{орво}$) із повною вищою освітою	ського персоналу, спеціалістів, продавців і оперативних працівників із вищою освітою;
3. Коефіцієнт творчої активності працівників ($K_{та}$)	$K_{та} = П (E_k) / B_a$ <p>П (E_k) – чистий прибуток (економія витрат), отриманий від використання раціоналізаторських пропозицій;</p> <p>B_a – витрати, пов'язані з розробленням, апробацією і впровадженням раціоналізаторських пропозицій</p>		$Ч_u, Ч_c, Ч_п, Ч_{ор}$ – чисельність управлінського персоналу, спеціалістів, продавців і оперативних робітників на підприємстві
4. Частка прогресивних методів обслуговування покупців ($D_{пм}$)	$D_{пм} = M_п / M$ <p>$M_п$ – кількість прогресивних методів обслуговування покупців;</p> <p>M – загальна кількість методів обслуговування покупців на підприємстві</p>	- частка управлінського персоналу ($D_{убо}$), спеціалістів ($D_{сбо}$), продавців ($D_{пбо}$) і оперативних робітників ($D_{орбо}$) із базовою вищою освітою	$D_{убо} = Ч_{убо} / Ч_u$ $D_{сбо} = Ч_{сбо} / Ч_c$ $D_{пбо} = Ч_{пбо} / Ч_п$ $D_{орбо} = Ч_{орбо} / Ч_{ор}$ $Ч_{убо}, Ч_{сбо}, Ч_{пбо}, Ч_{орбо}$ – чисельність управлінського персоналу, спеціалістів, продавців і оперативних працівників із базовою вищою освітою
5. Частка витрат на персонал у загальних витратах	$D_{вп} = B_п / B_з$ <p>$B_п$ – витрати на</p>	- частка управлінського персоналу ($D_{узо}$),	$D_{узо} = Ч_{узо} / Ч_u$ $D_{сзо} = Ч_{сзо} / Ч_c$

підприємства ($D_{вп}$)	персонал; V_3 – загальні витрати підприємства	спеціалістів ($D_{сзо}$), продавців ($D_{пзо}$) і оперативних робітників ($D_{орзо}$) із загальною освітою	$D_{пзо} = Ч_{пзо} / Ч_{п}$ $D_{орзо} = Ч_{орзо} / Ч_{ор}$ $Ч_{узо}, Ч_{сзо}, Ч_{пзо}, Ч_{орзо}$ – чисельність управлін-
6. Частка витрат на персонал у обсязі товарообороту ($D_{впт}$)	$D_{впт} = V_{п} / P_{т}$ $P_{т}$ – обсяг товарообороту		ського персоналу, спеці- алістів, продавців і оперативних працівників із загальною освітою
7. Продуктивність праці ($\Pi_{п}$)	$\Pi_{п} = P_{т} / Ч$	- частка працівників, які мають науковий ступінь ($D_{ас}$)	$D_{нс} = Ч_{нс} / Ч$ $Ч_{нс}$ – чисельність працівників підприємства, які мають науковий ступінь
8. Коефіцієнт віддачі повної заробітної плати ($K_{взп}$)	$K_{взп} = ЧВ / \Phi_{зп} + \Phi_{мс}$ $ЧВ$ – чистий виторг від реалізації; $\Phi_{зп}$ – фонд заробітної плати персоналу; $\Phi_{мс}$ – фонд матеріального стимулювання персоналу підприємства		
9. Рентабельність персоналу підприємства ($P_{п}$)	$P_{п} = ЧП / V_{п}$ $ЧП$ – чистий прибуток підприємства;	2. Рівень підготовки, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів на підприємстві ($P_{пк}$)	$P_{пк} = ПК_{ф} / ПК_{пл}$ $ПК_{ф}$ – кількість працівників, які фактично пройшли підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів; $ПК_{пл}$ – кількість працівників, які мають пройти плану
5. Коефіцієнт якості праці ($K_{яп}$)	$K_{яп} = 1 - \sum K_{в}$ $K_{в}$ – величина коефіцієнта зниження якості праці за кожний випадок (B)		

	порушень		підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів
		3. Частка управлінського персоналу (D_y), спеціалістів (D_c), продавців (D_p) і оперативних робітників (D_{op}), які пройшли підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів	$D_y = \frac{Ч_{упк}}{Ч_y}$ $D_c = \frac{Ч_{спк}}{Ч_c}$ $D_p = \frac{Ч_{ппк}}{Ч_p}$ $D_{op} = \frac{Ч_{орпк}}{Ч_{ор}}$ $Ч_{упк}, Ч_{спк}, Ч_{ппк}, Ч_{орпк}$ чисельність управлінського персоналу, спеціалістів, продавців і оперативних працівників, які пройшли підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів
		5. Стабільність кадрів на підприємстві (C_k)	$C_k = 1 - \frac{Ч_{зв}}{Ч}$ $Ч_{зв}$ – кількість працівників, що були звільнені з різних причин

Така система показників виглядає обґрунтованою, їх кількість оптимальною, а співвідношення кількісних і якісних показників оптимальним, але було б доцільно визначити зв'язок між цими показниками і результатами виробничої діяльності і зазначити серед показників витратні, а саме витрати на освіту і кваліфікацію. Було б логічним також додати ще складову результативності людського капіталу. Необґрунтованим виявляється метод інтеграції цих показників в єдину систему оцінки людського капіталу.

Використання знайденого за цим підходом рівня нагромадження людського капіталу здійснюється шляхом порівняння фактичних значень показників із нормативними або рекомендованими, які визначаються безпосередньо на підприємстві і дають можливість врахувати особливості його діяльності. Зокрема, як свідчать дані соціологічних досліджень [140], для успішного функціонування підприємства припустимий рівень стабільності кадрів має становити 93-95 %.

Використовують методичний підхід до визначення узагальнюючого таксономічного показника оцінки нагромадження й використання людських ресурсів [141, с. 85-87]. Розробка узагальнюючого показника за даним підходом базується на використанні економіко-математичного моделювання та складається із сукупності часткових показників. Такий підхід дає можливість оцінити нагромадження людського капіталу за якісними та кількісними параметрами завдяки зведенню часткових показників до однієї одиниці вимірювання. Цього можна досягти шляхом застосування певних прийомів багатомірного економіко-статистичного моделювання, а саме визначення таксономічних коефіцієнтів процесів відтворення людського капіталу [142]. Зокрема, формування таксономічних коефіцієнтів здійснюється завдяки побудові матриці вихідних даних, у якій вертикально подаються досліджувані об'єкти, а горизонтально – параметри вимірюваних показників, що характеризують процеси відтворення людського капіталу.

Значення узагальнюючого показника процесів відтворення людського капіталу можуть коливатися від нуля до одиниці. При цьому, наближення показника до одиниці свідчить про ефективні процеси відтворення людського капіталу на підприємстві і навпаки.

Людські активи у системі стратегічного планування пропонують оцінювати за допомогою системи спеціальних показників [140], які враховують фактори персоналу і професійності.

Алгоритм розрахунку показників ефективності людського капіталу (факторів персоналу і професійності) [143] такий:

- Фінансові показники: 1. Прибуток від людського капіталу, т. грн. - (Прибуток/Еквівалент повної зайнятості). 2 Коефіцієнт окупності інвестицій у людський капітал - $(\text{Прибуток} - (\text{Усі операційні витрати} - \text{Витрати на робочу силу}) / \text{Витрати на робочу силу})$. 3 Додана вартість людського капіталу, т. грн. - $(\text{Прибуток} - (\text{Усі операційні витрати} - \text{Витрати на робочу силу}) / \text{Еквівалент повної зайнятості})$.

- Показники персоналу: 4 Показник плинності кадрів, % - $(\text{Кількість звільнених} / \text{Середньооблікова кількість співробітників})$. 5 Показник підвищення кваліфікації, % - $(\text{Кількість осіб, що підвищили кваліфікацію} / \text{Середньооблікова кількість співробітників})$.

Вихідними даними для виконання розрахунків за цими алгоритмами є дані форм фінансової звітності (ф. № 1, ф. № 2) та звітності з праці (1-ПВ, 3-ПВ, 6-ПВ) за відповідні періоди.

Але окрім фінансових показників і показників персоналу в цій системі не вистачає показника продуктивності праці і показників, що відображають рівень освіти та творчої активності.

Для оцінки людського капіталу пропонуються методи оцінки якісних показників ефективності мотивування інвестування [144]:

1. Метод бальної оцінки та експертних опитувань – рівень задоволеності інвестиціями; рівень задоволеності працею на підприємстві; рівень лояльності працівників до підприємства; сила соціальної мотивації; питома вага працівників, які отримали моральну винагороду за працю; рівень соціально-психологічного клімату в колективі; рівень конфліктності соціально-трудова відносин; питома вага подоланих конфліктних ситуацій; рівень соціальної безпеки працівників.

2. Соціологічні методи діагностики - сила соціальної мотивації; питома вага працівників, які отримали моральну винагороду за працю; рівень соціально-психологічного клімату в колективі; рівень конфліктності соціально-трудова відносин.

3. Статистичні методи оцінки – питома вага працівників, які отримали моральну винагороду за працю; рівень соціально-психологічного клімату в колективі; рівень конфліктності соціально-трудоких відносин; питома вага подоланих конфліктних ситуацій.

У сучасних умовах більш актуальним питанням для активізації процесів інвестування у людський капітал є визначення конкретних обсягів ефекту, які мають отримати підприємство та окремих працівників. Для підприємства рівень економічного ефекту може бути визначений шляхом математичної різниці між обсягом додаткового доходу, отриманого підприємством від інвестування та обсягом ресурсів, які було інвестовано у людський капітал протягом звітного періоду. Обмежуючим чинником, що впливає на ступінь об'єктивності отриманих результатів при використанні даного показника оцінки економічного ефекту, є складність точного встановлення реального чинника, дія якого привела до зміни обсягу додаткового прибутку підприємства. Таким чином, метою визначення ефективності інвестування у людський капітал має бути не лише розрахунок рівня економічного ефекту, а й обґрунтування можливостей для його фактичного отримання як основного результату інвестування [145].

Оцінка економічної ефективності від інвестування працівником у свій розвиток також може бути здійснена відносним співставленням отриманого результату від інвестування та обсягу інвестованих коштів у його розвиток. Однак складність у визначенні цієї складової ефективності полягає у значному часовому лазі між моментом інвестування та часом отримання віддачі від інвестованих коштів. Крім того, найбільш інтенсивне інвестування у всебічний розвиток особистості здійснюється не одноразово, а протягом тривалого періоду часу, починаючи від народження людини й до етапу її безпосереднього становлення як особистості та професіонала у своїй сфері. У подальшому інвестиції є також необхідними, але мають бути спрямовані в основному на збереження та розвиток професійного потенціалу

людини. Така ситуація значно ускладнює процедуру оцінювання і виводить на перший план для людини отримання соціального ефекту.

Ще одним обмеженням, при визначенні ефективності від інвестування працівником у власний розвиток, є неможливість узагальнення та уніфікації методик її розрахунку завдяки різноманітності індивідуальних якостей та рівня обдарованості кожної людини, що забезпечує різні умови для використання потенціалу працівника та формування ефективності інвестованих коштів. Саме тому основну увагу при обґрунтуванні методологічного апарату оцінки соціально-економічної ефективності інвестування доцільно спрямувати на визначення ефективності інвестування у людський капітал на рівні окремого суб'єкта господарювання.

У довгостроковому періоді економічний ефект від інвестованих ресурсів у людський капітал пропонують оцінювати за допомогою двох критеріїв [146] – стабільності та гнучкості. При цьому під стабільністю розуміються кількісна та якісна надійність виконання працівниками поставлених виробничих завдань, відсутність психологічної напруженості та конфліктів у колективі. Гнучкість трактується як спроможність працівників швидко пристосовуватися та адаптуватися до нових умов, які виникають внаслідок зовнішніх змін, а саме вміння в оперативному режимі знаходити альтернативні варіанти розв'язання актуальних для підприємства проблем та впроваджувати у життя найбільш раціональні рішення, активно сприяти адаптаційним змінам та „бути готовим йти на конфлікти, якщо це необхідно для реалізації інноваційних концепцій” [146]. Виходячи із того, що одночасно досягти у повному обсязі двох означених показників ефекту неможливо, менеджер має знайти оптимальний баланс між досягнутими рівнями кожного з цих показників. Проте складність практичного застосування даних показників з метою оцінки рівня економічної ефективності інвестицій у людський капітал підприємства полягає у неможливості або складності їх визначення у грошовому вимірі, що звужує межі їх практичного застосування. Незважаючи на це показники стабільності

та гнучкості можуть бути використані як аналітичні критерії економічної ефективності інвестування підприємства у людський капітал.

Одним із найбільш поширених методів якісної оцінки ефективності інвестування у людський капітал є розроблена Д. Кіркпатріком наприкінці 50-х рр. ХХ ст. модель визначення ефективності навчання працівників підприємства, яка полягає в оцінці та співставленні знань, навичок та поведінки працівників до навчання, під час навчання, відразу після здійснення процесу навчання та через певний проміжок часу, необхідний для засвоєння викладеного матеріалу [147]. Модель має чотири послідовні рівня оцінки ефективності навчання працівників:

1. Реакція – визначення ступеня задоволеності слухачів процесом навчання, яке включає встановлення за допомогою анкетного опитування важливості цілей навчання для особистісного та професійного зростання працівника, оцінку ступеня інтенсивності та насиченості занять практичними вправами, визначення рівня доступності та простоти викладення матеріалу.

2. Засвоєння – визначення за допомогою тестових та ситуаційних завдань зміни настанов, знань та вмінь працівників, які відбулися в результаті навчання як їх безпосередній результат. Очікувана зміна визначається шляхом співставлення відповідей, які працівники дали на поставлені завдання до та після навчання.

3. Поведінка – визначення зміни професійної поведінки працівника, яка відбулася в результаті професійного навчання. Оцінка зміни поведінки працівника здійснюється шляхом безпосереднього спостереження за його діями на робочому місці у процесі праці до та після навчання із подальшим порівнянням отриманої кількості вірних виробничих дій та прийомів праці.

4. Результат – визначення економічного результату, який отримало підприємство в результаті навчання працівників у вигляді підвищення рівня продуктивності їх праці та покращення якості роботи.

Під час розробки моделі основну увагу було спрямовано виключно на оцінку результативності тренінгових заходів, проте із часом її було

адаптовано для визначення загального рівня ефективності інших видів інвестування у людський капітал. Модель розроблено таким чином, що оцінка на кожному наступному етапі є більш складною та вимагає більше часу, ніж на попередньому рівні. Саме тому, для запобігання випадків перевищення витрат, потрібних для здійснення оцінки, над економічним ефектом, отриманим в результаті навчання, необхідно кожного разу при здійсненні оцінки обґрунтовувати доцільність її проведення.

Основними перевагами запропонованої Д. Кіркпатріком моделі є простота у її практичному використанні та прийняття процесу оцінки як однієї із складових загального процесу професійного навчання працівників замість статусу окремого інструменту контролю та визначення ефективності інвестованих коштів. Модель може бути використана як для оцінки результативності професійного навчання рядових працівників підприємства, так і для забезпечення моніторингу ефективності підвищення кваліфікації управлінців.

Поруч із використанням методик тестування знань працівників модель Д. Кіркпатріка припускає проведення анкетного опитування слухачів одразу після навчання, що дозволяє виявити фактичну реакцію працівника на процес навчання та отримати первинну суб'єктивну оцінку рівня його результативності. Відповідно до моделі, головним чинником ефективності певного тренінгу або виду професійного навчання вважається саме зміна професійної поведінки працівників як безпосередній результат здійсненого навчання [148]. Подальше дослідження зміни поведінки дозволяє визначити вплив отриманих працівником знань та навичок на загальні показники діяльності підприємства, які можуть оцінюватися характерними для підприємства економічними індикаторами (наприклад, зниження матеріалоемності продукції, підвищення продуктивності праці, скорочення непродуктивних витрат робочого часу, зростання конкурентоспроможності та ін.). Проте визначення наявних економічних індикаторів без комплексного аналізу зміни поведінки працівників є необ'єктивним та не дозволяє чітко

виокремити результативність саме здійсненого виду професійного навчання [149].

Визначити ефект від навчання за допомогою моделі Д. Кіркпатріка у вартісному вираженні досить складно та трудомістко, а, отже, це вимагає додаткових коштів та витрат значного часу на дослідження. Зважаючи на це Д. Кіркпатрік, припускає, що кінцеву економічну оцінку ефективності навчання не завжди доцільно проводити. Так, якщо оцінка першого рівня моделі має проводитися для 80-100% проектів, другого – для 40-60%, третього – 20-30%, четвертого – 10%, то оцінку п'ятого рівня слід здійснювати не більше ніж для 5% всіх інвестиційних програм [150]. У першу чергу, це стосується великих підприємств, де інвестуванням у людський капітал охоплено переважну більшість працівників і програми носять довгостроковий характер. Така обставина значно звужує сферу використання моделі та знижує об'єктивність здійсненої за нею оцінки ефективності інвестування у людський капітал. Крім того, модель Д. Кіркпатріка не дозволяє зіставити розміри інвестованих коштів із тим ефектом, який отримує підприємство в результаті професійного навчання працівників.

Наявність обмежень створює перешкоди для використання моделі в якості універсального та досконалого методу оцінки ефективності інвестування у професійний та особистісний розвиток працівників підприємства. Разом із тим модель Д. Кіркпатріка може бути використана як альтернативний метод оцінки для встановлення психологічного рівня доцільності та результативності інвестування з погляду працівників, які пройшли навчання. Результати такого дослідження слід враховувати при подальшому обґрунтуванні виду, програми та тривалості професійного навчання, що дозволить підвищити загальну результативність інвестування.

Поглиблення та розвиток якісної методики оцінки ефективності інвестування у навчання працівників на основі моделі Д. Кіркпатріка було здійснено на початку 90-х рр. XX ст. Д. Філіпсом. Модель також має чотири

рівня оцінки, перші три з яких співпадають за сутністю та методикою оцінки із моделлю Д. Кіркпатріка. Так, першим етапом є анкетування працівників для виявлення їх реакції на програму навчання. На наступному етапі здійснюється тестування працівників, щоб визначити зміни знань працівників у результаті навчання. На цьому етапі основними оцінними критеріями виступають активність, ініціативність та готовність працівників до практичного використання отриманих знань і навичок в їхній діяльності на підприємстві. Третій етап полягає в оцінці практичних досягнень працівників, які пройшли навчання, їх безпосередніми керівниками методом співставлення виробничої поведінки своїх підлеглих до та після навчання. Оцінка здійснюється шляхом заповнення спеціально розроблених анкет. Кінцевим та найбільш важливим етапом моделі оцінки Д. Філліпса є визначення економічного результату інвестування за допомогою розрахунку показника ROI (Return of investment – «повернення на інвестиції») за формулою:

$$ROI = \frac{B - I}{I} \cdot 100\%, \quad (2.17)$$

де B – збільшення економічних вигод (наприклад, прибутку) як результат навчання працівників, грош.од.;

I – усі види грошових витрат, які інвестувало підприємство у навчання працівників, грош.од.

Завдяки розрахунку показника ROI модель Д. Філліпса дозволяє визначити й оцінити результативність навчання працівників у грошовому вираженні. Однак модель, як і попередня, є досить працезатратною та трудомісткою, що також обмежує сферу її практичного використання. Важко зрозуміти яким чином можна здійснити виокремлення прибутку, який отримано як результат навчання. Разом із тим, для методологічного забезпечення комплексного визначення показника ROI підприємству необхідно буде витратити 4-5% загальної суми коштів бюджету професійного розвитку [151, с. 529]. Отже, доцільним є використання моделі

відразу після навчання із метою встановлення доцільності подальшого застосування даного виду та методики навчання як для підприємства в цілому, так і для окремих професійних груп працівників. Проте в подальшому, задля забезпечення можливості прийняття обґрунтованих рішень відносно доцільності інвестування у людський капітал, поряд із моделлю Д. Філіпса слід використовувати й інші методики та показники оцінки соціально-економічної ефективності інвестування у професійний розвиток працівників.

Сучасні дослідження інтенсивності інвестування у людський капітал підприємствами різних видів економічної діяльності дозволили встановити граничні рівні показника ROI. Так, мінімально допустимим рівнем показника ROI було визначено 20%, зменшення чого призведе до різкого скорочення ефективності інвестицій у людський капітал та навіть до повної втрати інвестованих коштів. Для підприємств, які протягом тривалого часу займають стабільні позиції на ринку, рівень показника ROI має коливатися у межах 20-150%. Підприємства, які використовують стратегію розширення частки ринку, мають орієнтуватися на рівень показника ROI у межах 150-200% або навіть 300-500% [152].

Однак при визначенні ефективності інвестування у людський капітал орієнтуватися лише на досягнутий рівень показника ROI, навіть якщо він знаходиться у допустимих межах, буде невірним через те, що методика його розрахунку не дозволяє виключити вплив на результуючі показники діяльності підприємства всіх інших чинників, крім інвестицій у людський капітал. Саме тому ROI є умовним показником, і при здійсненні оцінки ефективності інвестування його слід доповнювати іншими показниками, комплексне визначення та оцінка результатів яких дозволять наблизитися до об'єктивного визначення ефективності інвестування у людський капітал.

У 1956 р. американським психологом Б. Блумом було розроблено методику якісної оцінки ефективності навчання – таксономію педагогічних цілей у пізнавальному середовищі, яка отримала назву «таксономія Блума»

[153]. Метод засновано на систематичному соціологічному дослідженні та статистичній оцінці послідовної динаміки змін когнітивної, емоційної та психомоторної сфер поведінки особи, яка проходить процес навчання, та визначенні досягнутого рівня первісних цілей відповідно до запропонованої їх класифікації:

1. Знання – особа запам'ятовує та якісно відтворює вивчений матеріал у будь-яких обсягах.

2. Розуміння – особа перетворює вивчений матеріал із однієї форми на іншу, самостійно пояснює та інтерпретує матеріал, пропонує можливі варіанти подальшого перебігу подій.

3. Застосування – особа вміло використовує вивчений матеріал у практичних умовах.

4. Аналіз – особа демонструє навички системного аналізу матеріалу із встановленням зв'язку між окремими його складовими.

5. Синтез – особа вміло комбінує окремі розрізнені елементи матеріалу для отримання цілісного уявлення із елементами новизни.

6. Оцінка – особа володіє вмінням оцінювати значущість, логіку побудови та відповідність матеріалу поставленим цілям і вихідним даним.

На думку автора, порівняння досягнутого працівником рівня поведінки цілей відповідно до класифікації із планованим рівнем дозволить визначити ступінь ефективності інвестування у людський капітал. Разом із тим, таксономічну методику може бути покладено в основу не лише якісної оцінки ефективності інвестування у людський капітал, але й для розробки стратегії побудови навчальних програм професійного навчання, використання яких підвищить швидкість поступового проходження працівниками її щаблів за спіраллю від етапу знань до етапу оцінки. Таке проходження має відбуватися циклічно відповідно до зростання рівня значущості вивченого матеріалу та ступеня відповідальності за його використання у практичній діяльності.

Незважаючи на наявність достатньої кількості моделей та методів оцінки ефективності інвестування у людський капітал, на думку керівників відділів управління робочою силою українських підприємств, на сьогодні не існує якісної методики комплексної оцінки ефективності інвестування у людський капітал, використання якої не було б дуже складним у розрахунку, працевзатратним та не вимагало б введення додаткової штатної одиниці у спеціалізовані відділи підприємств.

Людський капітал підприємства визначає можливість ефективного використання факторів виробництва, впливаючи в такий спосіб на конкурентоздатність і ціну підприємства, що підтверджується численними прикладами значного перевищення ринкової ціни підприємства над його балансовою вартістю.

Така різниця між балансовою вартістю підприємства і його ринковою ціною власне кажучи являє собою вартість надбавки до ціни підприємства, так званій гудвіл (goodwill), тобто умовну цілісну оцінку нематеріальних активів – імені, ділової репутації підприємства, іміджу, популярності, авторитету.

Вартість надбавки до ціни бізнесу при його купівлі-продажу за ділову репутацію - гудвіл - може бути досить значною, тому що численні складові гудвіла є різнорідними елементами – торгова марка, якість менеджменту та ін., які формуються під впливом саме людського капіталу підприємства.

Прихильники дохідного підходу вважають, що оцінювання трудового потенціалу підприємства має відбуватися на основі економічних оцінок здібностей людей створювати певний дохід. Чим вища індивідуальна продуктивність праці працівника і триваліший період його діяльності, тим більший дохід він приносить і є більшою цінністю для підприємства.

При витратній методиці оцінювання трудового потенціалу підприємства до суми минулих витрат на підготовку працівників прирівнюють витрати на поточне утримання та майбутній розвиток. Однак за

такого підходу не зважають на відмінності у сутності трудових зусиль виробничого персоналу та працівників апарату управління.

Окрім вартісної, дослідники проводять експертну оцінку трудового потенціалу. В межах експертної оцінки трудового потенціалу підприємства виділяють порівняльний підхід, оцінку трудового потенціалу на основі конкурентоспроможності персоналу, рівневий підхід.

Яскравими прикладами порівняльних підходів можна вважати методики оцінки трудового потенціалу працівника, зокрема методи анкетування, інтерв'ю, тестування, описовий, визначеного рейтингу, оцінки за вирішальною ситуацією, ділових ігор. Усі вони передбачають наявність еталону (реального чи уявного), який втілює максимальне значення окремих критеріїв оцінки.

Яскравими прикладами порівняльних підходів можна вважати методики оцінки трудового потенціалу працівника, зокрема методи анкетування, інтерв'ю, тестування, описовий, визначеного рейтингу, оцінки за вирішальною ситуацією, ділових ігор. Усі вони передбачають наявність еталона (реального чи уявного), який втілює максимальне значення окремих критеріїв оцінки.

Оцінку трудового потенціалу на основі конкурентоспроможності персоналу здійснюють з використанням показника рівня конкурентоспроможності за формулою:

$$K_n = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^7 (\alpha_j \cdot \beta_{ij}) / 5n \rightarrow 1, \quad (2.18)$$

де K_n — рівень конкурентоспроможності певної категорії працівників;

$i = 1, 2, \dots, n$ — кількість експертів;

$j = 1, 2, \dots, n$ — кількість оцінюваних якостей персоналу;

α — вага j -ї якості персоналу;

β — оцінка i -м експертом j -ї якості персоналу за п'ятибальною системою;

$5n$ — максимально можлива кількість балів, які може отримати працівник, що оцінюється (5 балів n експертів).

Рівневий підхід передбачає зіставлення показників трудового потенціалу підприємства з середньогалузевими чи еталонними значеннями. З-поміж показників виділяють такі: рівень витрат на забезпечення здоров'я персоналу, на подолання конфліктної ситуації, на підвищення кваліфікації працівників, рівень витрат від браку, частка реалізованих пропозицій працівників; заповзятливість у роботі (продуктивність праці).

Залежно від того, з чим порівнюються фактичні значення параметрів, формула набуває вигляду:

$$ТП_n = \sum \frac{K_i}{K_i}, \quad (2.19)$$

де K_i — фактичне значення i -го параметра;

K_i — середньогалузеве значення i -го показника,

або

$$ТП_n = \frac{\sum K_i \cdot B_i}{\sum K_{e_i} \cdot B_i}, \quad (2.20)$$

де $ТП_n$ — трудовий потенціал підприємства;

K_i — фактичне значення i -го параметра;

B_i — вага i -го параметра трудового потенціалу;

K_{e_i} — еталонне значення i -го параметра.

Визначення компонентів, які в першу чергу цікавлять керівництво та визначають рівень кадрового потенціалу та можливість реалізації цілей підприємства, є першим кроком до оцінки міри цієї задоволеності та порівняння кадрового потенціалу різних підприємств між собою за кожним компонентом окремо та у сукупності [154].

На цьому етапі проводиться аналіз компонентів кадрового потенціалу підприємства з метою визначення тенденцій їх зміни та виявлення сильних і слабких сторін. Розробка комплексної методики аналізу кадрового потенціалу виявила необхідність побудови системи показників, що

класифікуються відносно певної ознаки. В процесі розробки та апробації методики аналізу кадрового потенціалу здійснена класифікація показників, які його характеризують, на первинні, вторинні та інтегральні.

Первинні показники відносяться до системи трудових показників, які характеризують кількісні та якісні компоненти кадрового потенціалу, визначаються розрахунковим шляхом або є нормативними. Індeksi компонентів розглядаються з метою отримання сумарної відсоткової зміни, індeksi відповідності для розрахунку критерію оптимізації. Обидва індeksi є показниками, які характеризують якісний рівень кадрового потенціалу.

Вторинні показники будуються окремо по кожній зі складових якості кадрового потенціалу з метою отримання групового показника. Вторинні показники є базою для прийняття управлінських рішень та для комплексної оцінки рівня кадрового потенціалу (визначення інтегрального показника). При подальших дослідженнях кадрового потенціалу більшу вагомість мають саме вторинні показники. Чим більш гнучкими та змістовними вони будуть, тим більша імовірність на їх основі досягти поставлених цілей.

Інтегральний показник може включати первинні, вторинні та обидва типи показників та відноситися до будь-якої сукупності працівників, структурної одиниці та до підприємства в цілому. Можна визначати як бажаний, так і фактичний рівні кадрового потенціалу за допомогою інтегрального показника.

Оцінка рівня кадрового потенціалу проводиться за такими складовими: професійно-кваліфікаційними, трудовими, особистісними, психологічними та фізіологічними. За цими складовими проводиться оцінка за всіма показниками, що характеризують основні компоненти тієї чи іншої складової. При цьому замість натуральних значень показників компонентів можна використовувати відносні одиничні показники, виражені за допомогою коефіцієнтів відповідності. Оцінка рівня кадрового потенціалу за всією сукупністю однорідних показників відбувається шляхом розрахунку групового показника за одиничними показниками групи (професійно-

кваліфікаційних, трудових, особистісних, психологічних та фізіологічних якостей). Цей показник дає комплексну (інтегральну) характеристику рівня кадрового потенціалу, в якій враховуються всі складові.

Відбувається порівняння фактичного рівня кадрового потенціалу підприємства з рівнем кадрового потенціалу підприємств конкурентів, а також бажаним рівнем, отриманим експертним шляхом. Це дає змогу оцінити сильні та слабкі сторони кадрового потенціалу підприємства та намітити заходи щодо його покращення. Для того, щоб підприємство одержало конкурентні переваги, керівництво повинно найточніше визначити прогнозу потребу рівня кадрового потенціалу, яка є найбажанішою для нього. При цьому необхідно врахувати те, що не завжди найкраще є найбажанішим, оскільки є достатній рівень компонентів, вище якого збільшення показника може бути недоцільним. Це пояснюється тим, що деякі компоненти не потребують їх покращання у зв'язку з обмеженістю (або неможливістю) використання такої якості, або їх збільшення занадто впливає на витрати.

Цей метод по суті дозволяє оцінити рівень кадрового потенціалу з точки зору конкурентних переваг підприємства в галузі кадрового забезпечення. Крім того, такі розрахунки дозволяють проводити факторний аналіз та визначати вплив на рівень кадрового потенціалу як кожної його складової, так і кожного компонента.

В сучасній науковій літературі використовується широкий, але недостатньо впорядкований перелік характеристик суб'єктів трудових відносин, які розглядаються як компоненти потенціалу працівника та приймають участь у формуванні кадрового потенціалу підприємства [155-158]. Аналізуючи літературні джерела, можна виділити три основні групи компонентів, які відображають: психофізіологічний потенціал працівника (стан здоров'я, працездатність, темперамент та ін.); професійно-кваліфікаційний потенціал (обсяг та різноманітність загальних та спеціальних знань, трудових навичок та вмінь); особистісний потенціал

(рівень соціальної зрілості, потреби, інтереси та сподівання в сфері праці та ін.).

Для оцінки людського капіталу підприємства застосовуються наступні методи [159]:

- оцінка зроблених людським капіталом (індивідуумом) доходів;
- кількісна оцінка запасу знань, умінь, навичок, здатностей, придбаних людиною;
- кількісна оцінка спеціальних навичок (так званий спеціальний людський капітал);
- за способом інвестування в людський капітал - капітал здоров'я, капітал освіти, капітал культури тощо;
- оцінка людського капіталу на мікро- та макрорівнях;
- інтегральна оцінка людського капіталу, яка включає як натуральні так і вартісні показники оцінки людського капіталу;
- матриця соціальних рахунків (макроекономічна оцінка);
- цінова оцінка людського капіталу за обсягом інвестицій і відображення їх сумарної вартості у валюті балансу підприємства.

У теоретичних дослідженнях кадрового потенціалу, які проводилися в різних галузях виробництва, використовується різний набір його компонентів, які практично повністю визначаються задачами аналізу, який проводиться. Проте, ці набори повинні визначатися сформованими цілями підприємства та забезпечувати відображення змісту категорії людський капітал.

Проведене дослідження дозволило визначити:

- в науковій літературі існує багато характеристик-факторів, які визначають вартість людського капіталу;
- людський капітал являє собою сукупну кваліфікацію та професійні здібності усіх працівників підприємства;
- він включає ефективну організацію праці і розвитку персоналу, кар'єрне зростання, мотивацію;

- визначається з точки зору здатності приносити і збільшувати прибуток;
- в якості основної затратної характеристики людського капіталу виступає оплата праці і система її нарахування;
- залежить від витрат (інвестицій) в його розвиток – професійну підготовку і перепідготовку кадрів, а також підвищення кваліфікації;
- включає витрати на заходи, спрямованні на підтримку здоров'я працівників і членів їх родин; витрати на заходи, спрямованні на підвищення культурного рівня працівників;
- на рівні підприємства людський капітал потрібно оцінювати з позиції створення доданої вартості в процесі виробничої діяльності, а не як потенціал розвитку кадрового складу;
- основними напрямками оцінки людського капіталу повинні бути: якість, результативність, активність (динамізм).

Запропонована система оцінювання, яка включає такі складові оцінювання людського капіталу як: якість, ефективність, активність представлена у табл.2.8.

Таблиця 2.8

Система оцінювання людського капіталу на підприємстві

Складові оцінки людського капіталу		
Якість	Ефективність	Активність (динамізм)
Частка управлінського персоналу із повною вищою освітою	Частка витрат на персонал (оплата праці) у загальних витратах підприємства	Співвідношення темпів зростання заробітної плати і продуктивності праці
Частка управлінського персоналу, робочих, які пройшли підготовку, підвищення кваліфікації	Продуктивність праці як співвідношення обсягу реалізованої продукції до загальної чисельності	Співвідношення темпів зростання адміністративних витрат і продуктивності праці

та перепідготовку кадрів	працюючих	
Рівень підготовки, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів на підприємстві як відношення кількості працівників, які фактично пройшли підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів до загальної чисельності працівників	Коефіцієнт віддачі повної заробітної плати чистий дохід від реалізації продукції на одну гривню заробітної плати працюючих	Стабільність кадрового складу як відношення кількості працівників, що були звільнені з різних причин до загальної чисельності працюючих
	Рентабельність персоналу підприємства як відношення чистого прибутку підприємства до витрат на персонал	

Якість людського капіталу визначається шляхом врахування сукупності його властивостей, які визначають ступінь придатності для використання за призначенням, ступінь досконалості. Якість – це відповідність вимогам ринку щодо участі в ефективному функціонуванні підприємства і забезпечення його розвитку.

Ефективність визначається факторами, що відображаються у певних ключових показниках, які повинні регулярно оцінюватися. Високий рівень ефективності людського капіталу відображає високий рівень задоволення потреб та очікувань зацікавлених осіб підприємства, що, в свою чергу, в поєднанні з відповідними показниками ефективності, забезпечують досягнення стабільного успіху підприємства.

В контексті діяльності підприємства загалом, ефективність людського капіталу спрямована на забезпечення діяльності підприємства і визначається співставлення витрат і результатів, які визиваються цими витратами. за

допомогою цих показників можливе порівняння як окремих підприємств, так і галузей.

Активність визначається шляхом поєднання ступеня залежності роботи підприємства від використаного людського капіталу, ступеня напруженості в процесі виробництва, динамізму та інтенсивності самої діяльності. Динамізм визначає рухомість системи і стрімкість розвитку дії.

Такий підхід дозволить визначити ефективність використання людського капіталу на підприємстві з урахування основних вимог ринку в контексті забезпечення розвитку підприємства.

2.3. Методи оцінки неуреченого капіталу

Окрім визначення сутності та структури будь-яке економічне явище чи процес потребує оцінки, оскільки те що піддається оцінці, піддається й управлінню. Щоб не викривлювати сутність управління і виконання його функцій на підприємстві оцінка повинна бути точною, всебічною і відповідати головним цілям управління. Однак неуречений (нематеріальний, когнітивний) капітал дуже важко піддається вимірюванню якщо взагалі піддається. Це складний і дорогий процес. Результати такого вимірювання можуть бути настільки невизначені, що важливо усвідомити причину даної оцінки і напрями її подальшого використання. Оцінка неуреченого капіталу складна, так як передбачає врахування тих факторів, які неможливо виміряти фізично. Основна проблема подібного вимірювання є те, що неможливо виміряти соціальні процеси достатньо точно. Всі існуючі системи вимірювання, а саме ті, які базуються на бухгалтерському обліку, не дозволяють визначити причини, що найбільше вплинули на отримання доданої вартості компанії. Це створює невідповідності між очікуваннями менеджерів і тим, що може дати подібна оцінка. Карл-Ерік Свейбі [160] виділяє п'ять найбільш вагомих цілей оцінки нематеріальної частини корпоративного капіталу:

1. Моніторинг продуктивності (контроль).
2. Придбання/продаж бізнесу (оцінка).
3. Звіт для зацікавлених сторін (обґрунтування, PR).
4. Залучення інвестицій (настанова).
5. Пошук прихованого значення (навчання).

При цьому він зазначав, що жоден метод не може виконати всі цілі, потрібно обирати метод оцінки в залежності від цілі, ситуації, аудиторії.

Таку оцінку можна проводити за аналогією зі знаннями працівників або за допомогою відомого вже інструментарію оцінки ефективності використання інтелектуального, споживчого, організаційного капіталу.

В сучасній економічній літературі нараховується більше 40 методик оцінки інтелектуального капіталу та окремих його елементів. Так Карл-Ерік Свейбі [160] виділяє 42 методики, в [161] подається 32 методики, в [162] подається 23 методики, в [163] 14 методів, в [164] 19 методик, в [165] 14 методик, в [166] 12 методик, в [167] 24 методики.

Окремі методи оцінки інтелектуального капіталу розглядались в [126, 168-171].

Вперше запропонували підходи до оцінки нематеріальних активів Williams M. і Luthy D.H. [172, 173], вони розглядали чотири основні підходи:

- безпосередні методи (direct intellectual capital methods), основані на безпосередній грошовій оцінці різних складових. Після того, як оцінені окремі компоненти інтелектуального капіталу або навіть окремі активи, виводиться інтегральна оцінка інтелектуального капіталу компанії. При цьому оцінки окремих компонентів не завжди складаються. Можуть застосовуватися і більш складні формули які ґрунтуються на ідентифікації в грошових або натуральних вимірювачах окремих компонентів інтелектуального капіталу;

- методи ринкової капіталізації (market capitalization methods), які оцінюють різницю між ринковою вартістю та балансовою вартістю активів

Отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу або нематеріальних активів;

- методи рентабельності активів (return on assets methods), при яких різницю між середньогалузевою рентабельністю активів і рентабельністю підприємства вважають додатковою ефективністю, яку генерує інтелектуальний капітал. Відношення середнього доходу компанії до вирахування податків за деякий період до матеріальних активів компанії - ROA компанії - порівнюється з аналогічним показником для галузі в цілому. Щоб обчислити середній додатковий дохід від інтелектуального капіталу, отримана різниця множиться на матеріальні активи компанії. Далі шляхом прямої капіталізації або дисконтування одержуваного грошового потоку можна одержати вартість інтелектуального капіталу компанії;

- індикаторні методи (scorecard methods), які оцінюють різні індекси та індикатори, часто якісного характеру. Ідентифікуються різні компоненти нематеріальних активів або інтелектуального капіталу, генеруються і додаються індикатори та індекси у вигляді підрахунку балів. Застосування SC методів не передбачає отримання грошової оцінки інтелектуального капіталу. Ці методи подібні до методів діагностичної інформаційної системи.

Розглянуті вище підходи можуть бути віднесені до основних методів оцінки: так, перший – це затратний, другий – ринковий, третій – прибутковий, а четвертий – індексний.

Оскільки оцінка у 1-й і 4-й групах методів виконується від окремого до загального, а у 2-й і 3-й – від загального до часткового, то групи методів 2 і 3 більше прийнятні для оцінки інтелектуального капіталу суб'єкта господарювання в цілому (наприклад, при операціях купівлі-продажу). Відповідно групи методів 1 і 4 більше підходять для аналізу ефективності структури інтелектуального капіталу й окремих його елементів [174]. При чому 1-й підхід говорить в тому числі і про масштаб використання капіталу, 2-й, 3-й і 4-й в більшості говорять лише про ефективність використання капіталу. Якщо 2-й підхід до оцінки – це можливість показати вплив капіталу

на створення доданої вартості однією цифрою, то 3-й підхід передбачає розгляд ефективності використання капіталу, який попередньо структурований через складові і передбачає використання значного комплексу індикаторів-показників, у тому числі якісних, а підчас і результатів експертних опитувань.

Дохідний підхід найбільш доцільно використовувати для оцінки патентів і технологій, товарних знаків, об'єктів авторського права, програмних продуктів. Затратний підхід доцільно використовувати для оцінки кваліфікованої робочої сили, інформаційного програмного забезпечення менеджменту та дистриб'юторських мереж.

В [162] методичні підходи до оцінки інтелектуального капіталу згруповані наступним чином:

1. Методи прямого вимірювання інтелектуального капіталу, які ґрунтуються на ідентифікації в грошових або натуральних вимірювачах окремих компонентів інтелектуального капіталу.

2. Методи ринкової капіталізації, в основі яких лежить обчислення різниці між ринковою капіталізацією компанії і власним капіталом її акціонерів. Отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу або нематеріальних активів.

3. Методичні підходи, які дозволяють простежити залежність впливу окремих факторів на кінцевий результат використання інтелектуальних ресурсів (факторні підходи).

4. Методи визначення ефекту від використання компонентів, що формують інтелектуальний капітал, наприклад: методика Хаусела-Канівського для оцінки вартості організаційного капіталу компанії, метод виміру споживчого капіталу та ін.

5. Матричні методи, засновані на побудові матриці фінансових або нефінансових показників, зокрема: «Skandia Navigator», метод вартісного ланцюжка.

6. Інтегральні методи, які базуються на комплексному поєднанні декількох вимірювачів, груп показників в єдину систему (збалансована система показників (Balanced Scorecard (BSC)), метод IVM та ін).

Такий підхід повторює попередню систему методів оцінки із подальшою деталізацією індикаторних методів оцінки по окремих групах, а саме: 3-6 групи методів оцінки. Відсутність в цій системі методів рентабельності активів також робить її не повною.

Узагальнення існуючих підходів дозволило таким чином згрупувати основні методи оцінки нематеріального капіталу як показано в табл.

Таблиця 2.9

Методи оцінки неуречевленого капіталу

Метод	Автор	Зміст
<i>Безпосередні методи (direct intellectual capital methods)</i>		
Брокер технологій Technology Broker Е.Брукінг (1996)	Brooking A. [175]. Williams M. [172] McMasters [176] Лукичева Л.И. [177] Львов М. А. [178] Крикун Н., Веретенникова О. [162]	Визначення цінності інтелектуального капіталу фірми на основі застосування 20 аудиторських питань про чотирьох основних компонентах інтелектуального капіталу: людські активи; активи інтелектуальної власності; ринкові активи; інфраструктурні активи.
Патенти, зважені на основі цитування Citation-Weighted Patents Dow Chemical та Н.бонтіс (1996)	Львов М. А. [178] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Метод заснований на оцінці цитування патентів, що реєструються фірмою. Оцінюється науково-технічний фактор, що розраховується на основі цитування патентів з їх пов'язанням з фінансовими показниками діяльності. Інтелектуальний капітал та його ефективність вимірюються за впливом науково-дослідної роботи на основі коефіцієнтів (відношення кількості патентів і вартості патентів до обсягу продажів), що характеризують патенти фірми.
Метод	Крикун Н.,	Використовує ієрархію зважених

усеосяжної оцінки Inclusive Valuation Methodology (IVM) П.МакФерсон (1998)	Веретенникова О. [162] Van den Berg Н. [180] Збалансована система показників [181] Ілляшенко С.М. [182] Анисимова О.Н. [164]	індикаторів, які комбінуються між собою для відносної оцінки інтелектуального капіталу. Комбінована додана вартість = валютна додана вартість+нематеріальна додана вартість
Дослідник вартості The Value Explorer™ Д.Андріссен (2000)	Andriesson D. [184] Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. [185] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Van den Berg Н. [180] Збалансована система показників [181] Ілляшенко С.М. [182] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Метод фінансового обліку, що підраховує й розподіляє вартість інтелектуального капіталу за його складовими. Оцінка враховує витратну вартість інтелектуального капіталу та не враховує динаміку цінності. Розрахунок і рознесення цінності за п'ятьма типами нематеріальних активів: 1) власні активи і активи, що є у розпорядженні; 2) навички і неявні знання, 3) загальні цінності та норми, 4) технології та явні знання; 5) виробничий та управлінський процеси.
Оцінка інтелектуальних активів Intellectual Assets Valuation П.Салліван (2000)	Горовий Д.А. [186]	Спецфічна методика оцінки цінності, за якою можна оцінити лише інтелектуальну власність.
Total Value Creation (TVCTM) Р.Андерсон і Р. МакЛін (2000)	Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Використовує дисконтовані прогнозовані грошові потоки для повторної перевірки того, як події впливають на заплановані операції.
Дослідник вартості	Анисимова О.Н. [164]	Метод фінансового обліку, який підраховує і розподіляє вартість інтелектуального капіталу за його складовими.
Облік в імя майбутнього	Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Інтегральна система прогнозних дисконтованих оцінок руху

Accounting for the Future (AFTF) Г.Неш (1998)		грошових потоків. Різниця між балансом на початок, і кінець періоду інтерпретується як прирощення вартості інтелектуального капіталу протягом року.
Вартість нематеріальних активів компанії	Бендиков М. А. [187] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164]	Методика визначення вартості нематеріальних активів підприємства на основі даних бухгалтерської звітності.
Метод підрахунку невідчутної вартості Intellectual Capital Valuation Van den Berg (2003)	Van den Berg Н. [180] Збалансована система показників [181] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Заснований на розрахунку надлишкового доходу на матеріальні активи з подальшою його інтерпретацією як оцінки інтелектуального капіталу.
Модель залишкового операційного прибутку Residual Operating Income	Grant J., Frank J. [188] Copeland T., Koller T., Murrin J. [189] Stewart G.B. [190]	Залишковий прибуток характеризує фінансовий результат, що отримує компанія від використання матеріальних і нематеріальних ресурсів. Для визначення частки залишкового прибутку, створеного окремо кожним із цих видів ресурсів приймають до уваги два припущення: - компанії, що функціонують в одній галузі, використовують у своїй діяльності приблизно однакову структуру матеріальних активів для створення цінності; - відмінності між бізнес-моделями різних підприємств в певній галузі пов'язані виключно із унікальними неосяжними ресурсами, які використовуються для створення цінності.
Human Resource Costing & Accounting (HRCA)	Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Розраховує невраховані витрати на функціонування людського капіталу на скорочення прибутку компанії. Інтелектуальний капітал вимірюється шляхом розрахунку

Е.Флемхольц та У. Йоханссон (1970, 1988)		внеску людських активів підприємства, поділеного на капіталізовані витрати на заробітну плату.
Метод EVVICAЕ™ Г.МакКачеон (2008)	Горовий Д.А. [186]	Метод, розроблений Центром інтелектуальних активів Шотландії як веб-інструментарій на основі методики П.Саллівана Intellectual Assets Valuation.
Динамічна грошова модель Dynamic monetary model Ф.Милост (2007)	Горовий Д.А. [186]	Оцінка співробітників здійснюється за аналогією з оцінкою матеріальних активів. Вартість працівників відповідає сумі купівлі працівника й суми інвестицій у працівника, за винятком вартості його навчання.
<i>Методи ринкової капіталізації (market capitalization methods)</i>		
Коефіцієнт Тобіна Tobin's Q Дж.Тобін	Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. [185] Tobin J. [191] Williams M. [172] McMasters [176] Лукичева Л.И. [177] Бендиков М. А. [187,192] Stewart T. [193] Євсєєв А.Д. [163] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179] Дяченко Ю.Ю. [168]	Лауреат Нобелівської премії і галузі економіки Д.Тобін запропонував коефіцієнт q, який відображає відношення ринкової вартості об'єкта до вартості його заміни. Вважається, що капітал суб'єкта господарювання, індекс якого більше за індекс конкурента, дорожчий, ніж у конкурента. Виявлена наступна закономірність: високе значення коефіцієнта q і значна величина інтелектуального капіталу виражають цінність вкладень в технологію і людський капітал.
Метод "Interbrand"	Львов М. А. [178] Крикун Н., Веретенникова О. [162]	Метод оцінки бренду як однієї зі складових інтелектуального капіталу підприємства
Ринкова вартість, що визначена інвестором Investor assigned market value	Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Ув'язує ринкову вартість компанії з оцінкою її матеріальних і нематеріальних активів, а також з оцінкою стабільної конкурентної переваги. Справжня вартість компанії=Ринкова вартість її

(IAMV™) К.Стенфілд (1998)		акцій=Матеріальний капітал+Реалізований інтелектуальний капітал+Розмивання (ерозія) інтелектуального капіталу+Стійка конкурентна перевага.
Оцінка нематеріальних активів фінансовими методами FiMIAM Ш.Родов та Ф.Леліаерт (2002)	Горовий Д.А. [186]	Вважається, що вартість інтелектуального капіталу створюється тільки незначною кількістю найбільш корисних активів, які обираються експертним методом та оцінюються на основі ринкового підходу. Використовується формула: $V_{ic} = V_{hc} + V_{cc} + V_{sc}$, де V_{ic} – вартість інтелектуального капіталу, V_{hc} – вартість людського капіталу, V_{cc} – вартість клієнтського капіталу, V_{sc} – вартість структурного капіталу.
Нематеріальний балансовий звіт The Invisible Balance Sheet К.Свейбі та група «Конрад» (1989)	Горовий Д.А. [186]	Ринкова вартість акцій підприємства=Балансова вартість+Людський капітал+Організаційний капітал+Споживчий капітал.
Метод співвідношення ринкової та балансової вартості Market-to-Book Value Т.Стюарт (1997) Д.Люти (1998)	Бендиков М. А. [187] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164] Knowledge Management Magazine [194] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179] Дяченко Ю.Ю. [168]	Метод заснований на оцінці перевищення ринкової вартості компанії (акціонерного капіталу) над її бухгалтерською вартістю (поточною вартістю основних засобів з урахуванням зносу), що формується за рахунок використання інтелектуальних активів і приблизно становить вартість неуречевлених активів компанії.
Добавленная	Марченко Л. Н.,	Різниця між інвестованим

<p>рыночная стоимость (MVA) Модифікований варіант MVA</p>	<p>Федосенко Л. В. [179] Дяченко Ю.Ю. [168]</p>	<p>капіталом і ринковою вартістю активів, очищена від технічних спотворень, що накладаються стандартами фінансового обліку та особливостями облікової політики, може бути представлена як оцінка інтелектуального капіталу. Вільний від вищевказаного недоліку: EVA – різниця між чистим доходом та вартістю капіталу.</p>
<p>Метод реальних опціонів</p>	<p>Корнєва О. В. [195]</p>	<p>Як у випадку з окремими проектами, так і при аналізі інтелектуального капіталу в цілому, без розподілу на окремі ініціативи, можна стверджувати, що результати його використання відповідають сумарній дисконтованій вартості грошових потоків та реальних опціонів по всіх проектах, що стають можливими завдяки використанню інтелектуального капіталу. Витрати також підлягають дисконтуванню. Тому пропонується оцінку ефективності його використання проводити на основі показника, що враховував би і грошові потоки, і параметри створюваних реальних опціонів. Віддачу у грошових показниках на кожну грошову одиницю, інвестовану підприємством у інтелектуальний капітал, включаючи ефекти непрямого характеру.</p>
<p>Методи рентабельності активів (return on assets methods)</p>		
<p>Економічна додана цінність Economic Value Added (EVA™) Т. Стюарт</p>	<p>Williams M. [172] McMasters [176] Лукичева Л.І. [177] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179] Просвирина І. І. [196]</p>	<p>Розраховується шляхом коригування опублікованого прибутку фірми з урахуванням витрат, пов'язаних з нематеріальними ресурсами. $EVA = NOPAT - i * NA$, де NOPAT – чистий операційний</p>

(1997)		<p>прибуток після виплати податків до виплати відсотків; i – вартість капіталу; NA – вартість чистих активів, обчислених за даними балансу.</p> <p>Вимірювання EVA свідчить про те, наскільки продуктивно використовується інтелектуальний капітал фірми. Вважається, що вартість інтелектуального капіталу створюється його здатністю генерувати більший прибуток, ніж буде необхідно віддати власникові капіталу даного об'єкта господарювання</p>
<p>Метод розрахунку нематеріальних цінностей активів Calculated Intangible Value т.Стюарт (1997), Д.Люти (1998)</p>	<p>Просвирина І. І. [196] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164]</p>	<p>В основі оцінювання знаходиться модель залишкового операційного прибутку (residual operating income – REOI), який характеризує ефект, одержуваний організацією від використання як матеріальних, так і нематеріальних активів. Розраховує надлишкову прибутковість матеріальних активів, потім цей показник використовується як основа для визначення частки доходу, що отримана за рахунок нематеріальних активів. Вважається, що вартість інтелектуального капіталу створюється його здатністю генерувати додаткову, порівняно з середньогалузевим рівнем, рентабельність.</p>
<p>Метод віддачі на активи Return on Assets methods</p>	<p>Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] С.В.Хомич [197] Маценко О.М., Запорожченко О.М. Савельєва К.В. [198]</p>	<p>Відношення середнього доходу компанії до відрахування податків за деякий період до матеріальних активів порівнюється з аналогічними показниками по галузі в цілому. Щоб обчислити середній дохід від інтелектуального капіталу,</p>

		отриманий коефіцієнт множиться на матеріальні активи компанії. Далі шляхом прямої капіталізації або дисконтування одержуваного грошового потоку можна одержати вартість ІК компанії.
Дохід від інтелектуального капіталу Knowledge Capital Earnings Б.Лев (1999)	Василенко В.Н. [199]	<p>Розраховується, як частка нормалізованих доходів, на яку перевищено очікуваний прибуток від балансових активів. Вважається, що вартість інтелектуального капіталу створюється його здатністю генерувати додаткову, порівняно з середньогалузевим рівнем, рентабельність, яка збережеться, щонайменше, ще продовж трьох років.</p> $KCE = \sum_{t=1}^n \frac{(Pt - Rt \times BVt) \times (1 - T)}{(1 + i)^t},$ <p>де Pt – середній прибуток суб'єкта господарювання за 3 попередні роки та 3 наступні (за прогнозом); Rt – середня рентабельність галузі за той же період; BVt – середні балансова вартість суб'єкта господарювання; t – номер року, за який здійснюється розрахунок; T – ставка податку на прибуток; i – ставка дисконтування; n – кількість років, за які обчислюється вартість інтелектуального капіталу.</p>
Коефіцієнт доданої вартості інтелектуального капіталу Value Added Intellectual Coefficient (VAIC TM) А.Пуліч (1997)	Горовий Д.А. [186] Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. [185]	<p>Вимірює, наскільки ефективно інтелектуальний капітал створює цінність, спираючись на співвідношення трьох головних компонентів: 1) задіяний капітал підприємства (чистий оборотний капітал + капітальні активи); 2) людський капітал; 3) структурний капітал.</p> <p>Визначається за формулою: VAICTM = CEE_i + HCE_i + SCE_i, або VAIC = ICE + CEE,</p>

<p>Ante Pulic із використанням моделі VAIC™</p>		<p>де ICE – продуктивний коефіцієнт інтелектуального капіталу; CEE – головний виробничий коефіцієнт; VA – різниця витрат від реалізації і повної вартості сировини, напівфабрикатів та інших матеріалів, куплених для виробництва продукції; hC – повні витрати на зарплату на підприємстві; CE – балансова вартість активів</p> $ICE = \frac{VA}{hC} + \frac{(VA - hC)}{VA},$ $CEE = \frac{VA}{CE}.$
<p>Індикаторні методи (scorecard methods)</p>		
<p>Інтелектуальна складова людського капіталу Human Capital Intelligence Ж.Фітц-Енц (1994)</p>	<p>Williams M. [172] McMasters [176] Лукичева Л.І. [177] Просвирина І.І. [196] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]</p>	<p>Являє собою систему показників людського капіталу з бенчмакінгом щодо пропонованої бази даних. Набори індикаторів людського капіталу порівнюються з базою даних. Подібна до HRCA.</p>
<p>Навігатор «Скандія» Skandia Navigator™ Л.Едвінссон і М.малоун (1997)</p>	<p>Edvinsson L., Malone M.S. [200] Едвінссон Л., Мелоун М. [201] Sveiby K.E. [202] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Євсєєв А.Д. [163] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]</p>	<p>Базується на застосуванні матриці для оцінки інтелектуального капіталу, яка побудована на основі використання 73 показників і має вигляд комп'ютерної програми. Дозволяє простежити як людський капітал у взаємодії із споживчим капіталом, внутрішніми процесами і здібностями компанії до інновацій, створює фінансову цінність компанії. Сприяє цілісному розумінню організації та процесу створення цінності по 5 пріоритетним областям: фінансова складова, орієнтація на споживача, фокус на процесах, фокус на відновленні і розвитку, людський фокус. По кожній з складових навігатора(у</p>

		загальному підсумку виділяється близько 30 ключових індикаторів) компанія розглядає сукупність показників , які відображаються в її щорічних звітах.
Навігатор інтелектуального капіталу та Індекс інтелектуального капіталу IC-Index™ Й.Руус та інші (1997)	Roos J. [203] Ляпина С., Григорьева Т. [204] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Євсєєв А.Д. [163] Анисимова О.Н. [164] Дяченко Ю.Ю. [168] Ілляшенко С.М. [182]	Інтелектуальний капітал поділяється на три категорії: людські, організаційні та відношень, до яких додаються традиційні матеріальні й грошові ресурси. Консолідація окремих індексів інтелектуального капіталу в єдиний інтегральний індекс, що використовується у порівнянні зі зміною ринкового капіталу підприємства. Індекс намагається об'єднати декілька різних індикаторів в один, і пов'язати зміни в інтелектуальному капіталі зі змінами на ринку. Підхід поєднує стратегію, нефінансові характеристики, фінанси і додану вартість. Відмінні риси індексу: фокусування на моніторингу динаміки інтелектуального капіталу, загальний огляд компанії, відмінний від аналізу фізичних активів.
Збалансована система показників (BSC) Balanced Scorecard Д.Нортон і Р.Каплан (1996)	Kaplan R. S., Norton D. P. [205] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Євсєєв А.Д. [163] Анисимова О.Н. [164]	Виділяється 4 блоки показників: фінансові (підвищення вартості підприємства для власників, зростання збуту, продуктивність капіталу); клієнтські (пропозиція цінності для клієнтів - ціна, якість, час, функціональність, сервіс, зв'язки з клієнтами, марка); внутрішніх процесів (інноваційні процеси як нарощування ринкової влади, процеси управління клієнтами з метою підвищення цінності для клієнтів, оперативні процеси - досягнення операціонального переваги, процеси, пов'язані з регулюванням

		<p>і середовищем - формування відповідальної громадянської позиції); навчання.</p> <p>Ця система оцінювання не направлена безпосередньо на ідентифікацію інтелектуального капіталу, а пов'язана із моніторингом ефективності реалізації стратегії компанії в цілому на основі фінансових і нефінансових показників.</p> <p>Водночас, окремим блоком оцінки виділено такий аспект, як персонал, його розвиток і навчання. Інші елементи інтелектуального капіталу представлені в трьох інших блоках системи оцінювання BSC.</p>
Метод підрахунку балів Scorecard Methods	Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Kaplan R. S., Norton D. P. [206]	Ідентифікуються різні компоненти нематеріальних активів, генеруються і докладаються індикатори та індекси у вигляді підрахунку балів або як графі.
Невидимий баланс (Konrad Group)	Львов М. А. [178] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	ІК ділиться на індивідуальний капітал і структурний капітал. Індикатори індивідуального капіталу: професійні навички та майстерність ключових співробітників, а також освіта, досвід, кількість співробітників на важливих процесах і т.п. Структурний капітал може бути представлений конкурентними перевагами компанії, такими як репутація, досвід і специфічні продукти, послуги або виробничі методи.
Методика консалтингової фірми Ernst & Young "Measures that Matter"	Нонака І. [207] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Інтелектуальний капітал оцінюється по 8 факторам: якість менеджменту; результативність вдосконалення продуктів; сила маркетингової позиції; корпоративна культура; політика оплати праці у відношенні вищого менеджменту; якість комунікацій

		<p>з інвесторами; якість продуктів і послуг; задоволення потреб клієнтів. Ці чинники, у свою чергу, розгортаються в 39 більше детальних показників. Дані фактори підвищують інтерес і увагу інвесторів до показників, які не відображені в стандартних фінансових документах, але відображають важливі сторони діяльності фірми і разом з тим є показниками інтелектуального капіталу.</p>
<p>Модель результату ланцюга цінностей Value Chain Scoreboard™ Б. Лев (2002)</p>	<p>Ляпина С., Григорьева Т. [204] Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Євсєєв А.Д. [163] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179] Анисимова О.Н. [164]</p>	<p>Побудова матриці нефінансових показників, згрупованих за етапами інноваційної діяльності. Концентрується на здатності підприємства до інновацій. Виділяється дев'ять груп показників: внутрішня здатність до оновлення (дослідження, розвиток персоналу, організаційні процеси); накопичені, придбані здатності (закуплені технології, інвестиційна діяльність); ділова мережу (альянси, спільні підприємства, інтеграція клієнтів і постачальників); інтелектуальна власність; технологічна реалізованість інновацій (клінічні тести, дозволу, прототипи); діяльність в Інтернет (трафік на сайті, замовлення онлайн, альянси в Інтернет); клієнти (маркетингові альянси, вартість бренду, цінність клієнтів, відтік клієнтів); ефективність (збут, прибуток, частка ринку, частка нових продуктів, продаж ліцензій); перспективи зростання (терміни виведення нових продуктів на ринок, передбачуване зростання результатів, заплановані ініціативи і т.д.)</p>

Knowledge Quick Scan	Андрусенко Т. [208] Жураковська І.В., Со́ва Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Товстих Л.Е. [209] Євсєєв А.Д. [163]	Методика діагностики стану компанії в галузі роботи з інтелектуальним капіталом, що включає в себе анкетування й аналіз процесів управління знаннями.
Оцінка споживчого капіталу	Бендиків М. А. Джамай Е. В. [187] Жураковська І.В., Со́ва Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Анисимова О.Н. [164]	Методика дозволяє визначити доходи, що отримує компанія від підтримання стосунків із постійним клієнтом
Методика Хаусела-Канівського	Бендиків М. А. Джамай Е. В. [187] Жураковська І.В., Со́ва Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Возняк Г., Беновська Л. [126] Анисимова О.Н. [164]	Для оцінки вартості організаційного капіталу компанії. В основу методики покладено визначення ефективності використання нематеріальних інтелектуальних активів компанії з метою власного самовдосконалення та самоорганізації.
Монітор нематеріальних активів Intangible Assets Monitor К.Е. Свейбі (1997)	Свейбі К.Е. [202] Букович У., Уильямс Р. [210] Жураковська І.В., Со́ва Ю.С. [161] Крикун Н., Веретенникова О. [162] Ілляшенко С.М. [182] Євсєєв А.Д. [163] Анисимова О.Н. [164] Марченко Л. Н., Федосенко Л. В. [179]	Застосування системи стратегічних індикаторів, що відображають процес відтворення і використання інтелектуального капіталу. Аналіз неосяжних ресурсів здійснюється у трьох напрямках: зовнішня структура, внутрішня структура, компетенції персоналу. Вибір конкретних показників оцінки за цими напрямками здійснюється із врахуванням специфіки та стратегічних цілей кожної компанії. Кожен із трьох нефінансових показників оцінюється з точки зору зростання ефективності, стабільності й інновацій. Нематеріальні ресурси оцінюються за системою індикаторів, упорядкованістю в матриці, де по одній осі

		<p>виділяються компетенції персоналу, внутрішні структурні характеристики організації і клієнти, а за іншою - зростання (оновлення), ефективність і стабільність. Компетенція включає в себе уявні знання, здібності, накопичений досвід і освіту. Зовнішня структура орієнтована на відносини з клієнтами і поставщиками; це імідж компанії, торгові марки, визнання продукції. Внутрішня структура орієнтована на зміст організації і включає патенти, авторські права, бази даних, адміністративні системи, наукові дослідження і розробки. Кожен з трьох нефінансових показників оцінюється з точки зору зростання ефективності, стабільності та інновацій.</p>
<p>Індекс створення вартості Value Creation Index, С. Ітнер та інші (2000)</p>	<p>Горовий Д.А. [186]</p>	<p>Фактори цінності визначаються на підставі всебічного вивчення відповідної літератури й статистичних даних. Показники зважуються і комбінуються для одержання індексу створення цінності. Індекс потім комбінується з фінансовими даними. Розробники наголошують на виборі факторів, важливих для ринку, а не факторів, про які говорять менеджери.</p>
<p>Цикл аудиту знань Knowledge Audit Cycle Б.Марр та Г.Шіума (2011)</p>	<p>Горовий Д.А. [186]</p>	<p>Метод оцінки знань і можливостей організації, що складається із чотирьох етапів: 1) визначення основних активів знань, 2) визначення ключових процесів знань, 3) план дій, заснований на знанні процесів, 4) здійснення й контроль покращення з поверненням до пункту 1).</p>
<p>Рейтинг</p>	<p>Горовий Д.А. [186]</p>	<p>Розширення в рамках Скандія</p>

інтелектуаль-ного капіталу IC Rating™ Л.Едвінсон (2002)		Навігатор. у нього впроваджуються ідеї з монітора нематеріальних активів (рейтинг ефективності, відновлення і ризик активів).
Національний індекс інтелектуального капіталу National Intellectual Capital Index Н.Бонтіс (2004)	Горовий Д.А. [186]	Модифікована версія Скандія Навігатор для країни: національне багатство ділиться на фінансове багатство й інтелектуальний капітал (людський капітал=структурний капітал)
Модель «Інтелектус» Intellectus model Sanchez-Canizares (2007)	Горовий Д.А. [186]	Інтелектуальний форум знань – головний ресурс товариства знань. Модель побудована на 7 компонентах, кожен з яких складається з елементів і змінних. Структурний капітал поділений на організаційний і технологічний. реляційний капітал поділений на комерційний і соціальний.
Інтелектуальний капітал державного сектору Public sector IC Bossi (2003)	Горовий Д.А. [186]	Модель інтелектуального капіталу для державного сектору з урахуванням специфічних позицій державного управління: прозорість, якість. У моделі також визначені негативні елементи, пов'язані з інтелектуальною відповідальністю. інтелектуальна відповідальність являє собою простір між ідеальним і реальним управлінням у рамках обов'язків державного органа перед суспільством.
IQ бізнесу Topplinjen/Business IQ Sandvik (2004)	Горовий Д.А. [186]	Являє собою сполучення чотирьох індексів: розпізнавальний індекс, індекс людського капіталу, індекс капіталу знань, індекс репутації.
Регіональний індекс	Горовий Д.А. [186]	Використання концепції Knoware у вигляді дерева із чотирма

інтелектуального капіталу Regional Intellectual Capital Index Schiuma, Lerro, Carlucci (2008)		перспективними напрямками: апаратні засоби, Netware (забезпечення мережі), Wetware (чисте забезпечення), програмне забезпечення. Метою даного методу є створення безлічі індикаторів для регіону.
Точні вимірювальні системи Proper Measurement Systems	Горовий Д.А. [186]	Для проведення оцінки визначають параметри, які являють цінність для самого підприємства (або для його оточення), і розбивають їх на атрибути, які можна виміряти. ці атрибути поєднують у вимірювальну систему, що представляє собою ієрархію спільних вимірів цінності. допомагають отримати точні виміри і прив'язати віртуальні здобутки з фінансовими ресурсами підприємства.
Динамічний метод з використанням інтегрального індекса IC TM IC-dVAL TM Bonfour (2003)	Горовий Д.А. [186]	Індекс був розроблений англійською компанією Intellectual Capital Services, а згодом вдосконалений іншими дослідниками. Методика розрахунку індекса передбачає ідентифікацію та формування ієрархії чотирьох складових інтелектуального капіталу (відносини, персонал, інфраструктура, інновації). Кожен із цих аспектів вимірювався окремими показниками та представлявся у вигляді індекса. Зміна індексів окремих елементів оцінки у динаміці повинна вказувати менеджерам на рівень ефективності використання цієї складової інтелектуального капіталу.
Технологія	Горовий Д.А. [186]	Основна мета APQC полягає в

<p>“дорожньої карти” Американського центру продуктивності та якості Road Map to Knowledge Management Results: Stages of Implementation</p>		<p>тому, щоб на основі дослідження досвіду ідентифікації та оцінювання інтелектуального капіталу більш ніж 200 фірм запропонувати підприємствам певні орієнтири для перетворення процесу управління неосяжними ресурсами у щоденну практику роботи. Ця “дорожня карта” описує п’ять основних етапів ідентифікації елементів інтелектуального капіталу, кожен із яких має певний набір показників оцінки.</p>
<p>Інтегральний індекс інтелектуального потенціалу</p>	<p>Руткевич М.Н., Левашов В.К. [211] Лежнина Ю.П. [212]</p>	<p>Інтегральний індекс інтелектуального потенціалу залежить від освітнього та наукового потенціалу. Своєю чергою, освітній потенціал визначається трьома показниками: рівнем загальної освіченості всього зайнятого населення; питомою вагою в населенні студентства; часткою витрат на освіту у валовому продукті. Науковий потенціал об’єднує в собі два індекси: питому вагу персоналу, зайнятого у галузі науки та наукового обслуговування, в загальній чисельності зайнятого населення; питому вагу витрат на науку у відсотках до валового продукту.</p>
<p>Оцінка організаційного капіталу</p>	<p>Возняк Г., Беновська Л. [126]</p>	<p>Пропонують проводити за двома напрямками: - оцінка накопичених запасів знань, що включає оцінку юридично оформлених нематеріальних активів (патентів, винаходів, торгових марок); - оцінка нематеріальних активів, що не є юридично оформленими (ноу-хау, результати досліджень, виробничі технології). Цінність таких активів визначається їх</p>

		ринковою вартістю.
Оцінка споживчого капіталу	Возняк Г., Беновська Л. [126]	Визначається в залежності від кількості клієнтів та їх можливостей. Методика визначення споживчого капіталу складається з наступних етапів: <ul style="list-style-type: none"> - визначення періоду прогнозування, що визначається циклічністю бізнесу та системою його планування; - проведення вибіркового статистичного дослідження обслуговування постійних клієнтів та нових клієнтів, обсягу угод тими та іншими, вартості обслуговування, прибутку та видатків, пов'язаних з їх обслуговуванням; - в видаткову частину на залучення клієнта включають видатки на рекламу, торгові видатки на його залучення, видатки перевірки надійності клієнтів. Потрібно враховувати, що вартість підтримання зв'язків з клієнтом в наступні роки буде поступово зменшуватися; - визначається дохід, який отримує підприємство від підтримання зв'язків з даними клієнтами; - маючи величину прибутку на одного споживача в рік та середній відсоток прибутку від використання основних фондів підприємства, можна розрахувати «вартість споживача» на рік і на весь прогнозований
Інтелектуальний потенціал підприємства (ІПП)	Жураковська І.В., Сова Ю.С. [161] Патора Р., Цимбаліста Н.А. [213] Мурашко В.В. [214]	Добуток коефіцієнта якості кадрового потенціалу та суми ринкової вартості інтелектуальної вланості підприємства та ринкової вартості маркетингових активів підприємства.

Намагаючись оцінити капітал як в кількісному відношенні, так і з точки зору ефективності його використання, менеджери стикаються з певними проблемами. Методологічна та методична база підходів до оцінки управління капіталом є не досконалою. Найчастіше набір показників для вимірювання та оцінки складається довільно виходячи із цілей оцінки і мети подальшого її використання. У зв'язку з цим досить складно виявити причинно-наслідковий зв'язок як між чинником, що обумовлює значення даного показника із його впливом на створення вартості компанії.

Потрібно відзначити той факт, що зібрати ці показники в єдиний, який утілює в собі ефективність використання капіталу неможливо. Знання та ефект від їх використання практично не можливо розкласти на складові, таким чином, щоб сума окремих показників відповідала загальній оцінці всього інтелектуального або будь-якого іншого капіталу організації. Складати оцінки окремих елементів не можна тому, що значення кожного показника це різновимірні величини.

Поставити під сумнів можна також ідею універсального набору показників для даної характеристики, так як нематеріальні ресурси мають цінність тільки в комплексі, що відповідає певній стратегії.

Ряд показників з представлених моделей, безумовно, можна стандартизувати. Однак проблема в тому, що сенс показників повинен відображати специфіку діяльності компанії, інакше не можна розкрити інтелектуальний капітал [165].

Отже, повна стандартизація у даному випадку неможлива, і в цьому показники управління знаннями програють бухгалтерським показниками, порядок розрахунку яких відомий всім (і укладачам, і користувачам звітності). Цей порядок однаковий для всіх компаній, незалежно від галузі, виду діяльності та інших особливостей. Це забезпечує порівнянність показників у просторі і в часі. У той же час не можна не віддати належне тому, що різні методи оцінки інтелектуального капіталу не суперечать один одному. Однак вони не задовольняють відразу всім можливим цілям оцінки:

контроль, оцінка з метою поглинання, продажу бізнесу, звіти зацікавленим особам, підтримка прийняття управлінських рішень, візуалізація прихованої вартості. Найбільш ефективна інтеграція декількох методів, залежно від ситуації, цілей і можливостей організації, із можливістю розгляду кожного показника окремо.

Застосування безпосередніх методів (direct intellectual capital methods) практично унеможлиблюється, тому що виконати вартісну оцінку окремих елементів капіталу підприємства занадто складно внаслідок відсутності відповідної статистики.

Недоліком прямих методів оцінки інтелектуального капіталу виходить з емерджентності інтелектуальних активів: якщо, умовно кажучи, оцінивши дві одиниці якогось обладнання, ми маємо уявлення про те, як вони можуть взаємодіяти, то взаємодія окремих, нехай і чудових самих по собі ідей зовсім не напевно дасть позитивний сукупний ефект [215].

Знаходження інтегральної вартості сукупного інтелектуального капіталу відразу, без розбору по частинах можливо використовуючи методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods - MCM). У цьому випадку обчислюється різниця між ринковою капіталізацією компанії і власним капіталом її акціонерів, а отримана величина розглядається як вартість її інтелектуального капіталу або нематеріальних активів. При всій своїй зручності даний підхід показує не власну вартість інтелектуальних ресурсів організації, а те, скільки за них готові доплатити потенційні споживачі. Разом із тим, у міру зростання ролі інтелектуальних ресурсів від подібної точки зору, судячи з усього, доведеться відійти.

Застосування методів ринкової капіталізації (market capitalization methods) ускладнюється нерозвиненістю в Україні фондового ринку, на якому цінні папери значної частини підприємств та установ не наявні. Використання методів ринкової капіталізації також має обмеження у використанні, які стосуються того, що ринкова вартість може змінюватись навіть під час здійснення процедури оцінки.

Більш близько для оцінки інтелектуального капіталу підходять методи віддачі на активи (Return on Assets methods – ROA). Співвідношення середнього доходу компанії до вирахування податків за певний період до матеріальних активів компанії порівнюється із аналогічним показником для галузі в цілому. Щоб обчислити середній додатковий дохід від використання інтелектуального капіталу, отриману різницю множать на матеріальні активи компанії. Далі шляхом прямої капіталізації або дисконтування одержуваного грошового потоку можна визначити вартість усіх інтелектуальних ресурсів компанії.

Методи оцінювання типу рентабельності активів (return on assets methods) і ринкової капіталізації, що пропонують грошові оцінки, корисні при злитті компаній, у ситуаціях купівлі-продажу бізнесу. Вони можуть використовуватися для порівняння компаній у межах однієї галузі. Вони також більш підходять для ілюстрації фінансової вартості нематеріальних активів, вони ґрунтуються на сталих правилах обліку, їх легко повідомляти професійним бухгалтерам. Недоліки цих методів полягають у тому, що вони марні для некомерційних організацій, внутрішніх відділів і організацій громадського сектору [216-217].

З позиції оцінки вартості сукупного капіталу, найбільш прийнятні прямі методи оцінки капіталу та методи віддачі на активи, які доповнюють один одного: прямі методи оцінки показують, скільки потенційний покупець готовий заплатити, а методи віддачі на активи визначають власну вартість капіталу.

Також для оцінки використовуються методи, що не припускають отримання вартісних результатів – це різні індикативні методи оцінки. При їх застосуванні ідентифікуються різні компоненти нематеріальних активів або інтелектуального капіталу, генеруються і узагальнюються індикатори та індекси у вигляді підрахунку балів.

Переваги діагностичної інформаційної системи індикативних методів у тому, що вони можуть бути застосовані на будь-якому рівні організації. Вони

працюють ближче до події, тому одержуване повідомлення може бути більш точним, ніж суто фінансові вимірювання. Вони дуже корисні для некомерційних організацій, внутрішніх відділів і організацій громадського сектору, для екологічних і соціальних цілей. Як недолік слід зазначити, що індикатори мають контекстний зміст й повинні бути налаштовані для кожної організації та кожної мети, що робить порівняння дуже важкими. Крім того, ці методи нові та нелегко приймаються суспільством і менеджерами, які звикли розглядати все із суто фінансової точки зору. А комплексні підходи породжують великі масиви даних, які важко аналізувати й пов'язувати [218].

З цієї точки зору переваги методів ринкової капіталізації і індикативних методів в тому, що вони застосовані в будь-яких організаційних умовах, а результат може бути більш точним, ніж чисто фінансові вимірювання. Головною перевагою методу капіталізації доходу є те, що він дозволяє врахувати ризики галузі та підприємства. Певним недоліком методу дисконтування грошових потоків є проблема коректності прогнозів грошового потоку на кілька років вперед. Крім того, найбільш спірним питанням є вибір ставки дисконту, для розрахунку якої необхідно оцінити безризикову ставку доходу, коефіцієнт кореляції між капіталом компанії, капітал якої підлягає оцінюванню, і ринком, а також середньогалузеву прибутковість [161].

Окремого обґрунтування потребує величина ставки капіталізації, що застосовується у розрахунках величини інтелектуального капіталу. Її величина повинна враховувати середнє значення доходності банківських депозитів за умови альтернативного розміщення капіталу не у виробничій, а у фінансовій сфері та бути відповідною ціні залучення власного капіталу підприємства. За таких умов формування та подальше використання інтелектуального капіталу, що створюється на підприємствах, які мають норму прибутковості власного капіталу, вищу за нормативну по галузі, є дійовим інструментом підвищення конкурентоздатності підприємства. Не зважаючи на певні протиріччя у встановленні порядку визначення

коефіцієнтів капіталізації, на сьогоднішній день метод надмірних прибутків має найбільш широке розповсюдження в оціночній практиці, оскільки він дозволяє поєднати переваги двох основних оціночних підходів – як дохідного, так і порівняльного.

Виходячи з досвіду оціночної діяльності в Україні, на практиці найчастіше застосовуються два методи оцінки компаній: метод дисконтування грошових потоків і порівняльний метод. Фінансові інвестори зазвичай віддають перевагу першому, тоді як промислові інвестори схильні до застосування другого, оскільки він дає більш консервативну оцінку активів.

Брокер технологій є надзвичайно дорогим, тому не може бути рекомендований в якості основного методу.

Використання методів оцінки вартості нематеріальних активів може бути ускладнено тим, що дуже складно об'єктивно визначити, яка частка прибутку пов'язана з інтелектуальним капіталом.

Складність оцінки нематеріальних активів полягає у тому, що не завжди вартість їх створення співпадає з цінністю для компанії, тому для оцінки часто використовують метод ринкового порівняння, емпіричних експертних оцінок, вагових коефіцієнтів внеску даного активу в створення продукції підприємства тощо.

Коефіцієнт Тобіна може характеризувати ступінь еквівалентності товарного обміну підприємства, ступінь його вигідності. Якщо $q=2$, тобто ринкова вартість підприємства вдвічі більша від вартості від його гіпотетичної заміни, то підприємство отримує з цього виду власності більшу порівняно з середньою вигоду і не відчуває на собі дії закону спадних повернень. У цьому сенсі q є показником монопольної ренти, тобто здатністю підприємства отримувати вищий прибуток завдяки тому, що у нього є щось таке, чого немає у інших. Це і є відчутним проявом інтелектуального капіталу підприємства. Але нажаль фондовий ринок України не встановлює адекватно реальну вартість активів учасників ринку.

Таким чином, актуальним є визначення критеріїв, яким відповідатиме універсальний методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу підприємства. Тому треба зазначити, що підходи до оцінки інтелектуального капіталу підприємства мають бути не лише суто формальними, але й адаптованими до реального застосування на практиці. Необхідна достовірна вартість капіталу підприємства може бути отримана лише за умов комплексної оцінки всіх його складових. Не менш вагомою умовою є використання сукупності показників: кількісних, якісних та показників ідентифікації активів, що неможливо виявити – компетентності та знань персоналу, корпоративної культури, ділової репутації підприємства, його соціальної відповідальності тощо.

При формуванні набору показників для вимірювання й оцінки інтелектуального капіталу потрібно звернути увагу на потребу виключення таких вимірювачів, розрахунків яких заснований на використанні ідентичних проміжних значень, що перевантажує методику дублюючими розрахунками. Мають бути враховані показники, здатні виявити існування синергії, тобто взаємодію між показниками, яка зумовлює збільшення позитивного результату, що вимірюється. Цінність капіталу має визначатися в контексті конкретної стратегії розвитку фірми, оскільки при іншій стратегії ці ж самі ресурси можуть не створювати додаткової вартості.

Основним складнощами в оцінці інтелектуального капіталу є [161]:

- різна структура капіталу для кожного підприємства, що вказує на те, що його оцінка повинна проводитись на підставі узагальненого показника або суми узагальнених найважливіших складових. Стандартизація дрібніших показників по кожному елементу недоречна, оскільки в цьому разі не буде враховуватись специфіка діяльності підприємства і процес оцінки буде занадто трудомістким;

- неприйнятність залишкового способу оцінки, тобто як різниці ринкової та балансової вартостей підприємства, яка використовується для обчислення гудвілу. При цьому способі вартість інтелектуального капіталу

знає впливу величини зростання вартості матеріальних активів і кредиторської заборгованості, що не відповідає його економічній сутності;

- невизначеність складових людського капіталу, відсутність єдиного підходу до його структури: кваліфікація працівників і їх знання чи результати роботи, хоча, на нашу думку, перевага оцінки результатів є незаперечна та ін.

2.4. Ресурсний підхід до оцінювання корпоративного капіталу підприємства

Формування системи оцінки неуречевленого капіталу починається з обґрунтування змісту ресурсів, які утілюють в собі всі складові корпоративного капіталу. Інтелектуальні ресурси, як нематеріальні надбання підприємства, є багатогранним поняттям:

- по-перше, це частина ресурсів підприємства, яка немає матеріальної форми;

- по-друге, це ресурси довготривалого використання;

- по-третє, це інтегрований інтелектуальний продукт як результат взаємодії знань, умінь, накопиченого досвіду персоналу, результатів науково-технічної діяльності та організаційно-методичних рішень за різними напрямками функціонування підприємства;

- по-четверте, це джерело створення конкурентних переваг і як похідних – збільшення доходу та прирощення доданої вартості.

В економічній науці, поряд із поняттям фактори виробництва, використовуються поняття: виробничі ресурси, ресурси капіталу. Вони становлять сукупність природних, капітальних, інтелектуальних, структурних, споживчих і людських сил, які потенційно можуть бути використані в процесі виробництва. Фактори виробництва, на відміну від ресурсів, це вже реально використані в процесі виробництва ресурси. Інакше кажучи, фактори виробництва — це працюючі ресурси.

Для виробництва того чи іншого блага є свій набір факторів. Тому виникає потреба у їх класифікації, в об'єднанні у певні групи. В економічній науці є різні підходи до класифікації факторів виробництва.

Так, марксистська теорія поділяла всі фактори виробництва на дві великі групи: особистий фактор виробництва та речовий фактор виробництва. Під особистим фактором виробництва розуміють робочу силу як сукупність фізичних та інтелектуальних здібностей людини до праці. Під речовим фактором виробництва розуміють сукупність засобів праці, предметів праці та природних умов.

Такий розподіл факторів виробництва сьогодні не використовується в сучасній економічній науці. По-перше, тому, що він має занадто спрощений характер і не враховує тих змін, котрі відбулися в структурі факторів виробництва за останні півтора століття. По-друге, марксистський розподіл факторів виробництва має яскраво виражену соціальну спрямованість, він виходить з класового підходу до аналізу природного процесу виробництва. Відповідно до цього підходу єдиним фактором, що створює прибуток, є праця найманого робітника. Згодом економічна теорія звільнилась від соціально-класових, ідеологічних поглядів на фактори виробництва, розширила їх межі і досліджує їх як загальні техніко-економічні елементи, без яких процес виробництва неможливий в будь-якому суспільстві.

У другій половині XIX ст. ряд західних економістів всупереч марксистській класифікації ввели в науковий обіг три фактори виробництва: працю, капітал, землю, кожен з яких створює його власнику певний вид доходу. На початку XX ст. засновник неокласичної теорії А. Маршалл поряд з названими трьома факторами визначив четвертий — підприємницькі здібності щодо організації та управління виробництвом.

Така «чотирьох факторна» класифікація елементів виробництва (праця, капітал, земля, підприємницькі здібності) довгий час в економічній науці вважалась класичною і наче б то завершеною. Однак, на кожному етапі розвитку суспільного виробництва під впливом науково-технічного прогресу

постійно з'являються нові складові процесу виробництва, які з часом досягають такого рівня розвитку і значення, що перетворюються на самостійні фактори виробництва. Тому економічна наука постійно розширює і доповнює класифікацію факторів виробництва.

Праця як фактор виробництва є фізичною та інтелектуальною діяльністю людини, спрямованою на виробництво економічних благ і надання послуг.

Капітал – це економічний ресурс, що визначається як сукупність усіх технічних, матеріальних, інтелектуальних і грошових засобів, використовуваних для виробництва товарів та послуг.

Ресурси капіталу проявляються в декількох формах: натурально-речовій, фінансовій, організаційній, споживчій та соціальній, інтелектуальній та людській. Натурально-речовий склад капіталу представлений машинами, станками, обладнанням, спорудами, транспортними засобами, сировиною, матеріалами, які задіяні у процесі виробництва. Фінансова форма капіталу виступає у вигляді певної суми грошей, необхідної підприємцю, який здійснює свою діяльність, для придбання матеріально-речових елементів виробництва та наймання робочої сили. Організаційна форма капіталу проявляється у вигляді організаційної структури і структури управління, які створюють специфічні корпоративні відносини і корпоративну культуру організації. Споживча та соціальна форма капіталу проявляється у специфіці зв'язків, які створюються між організацією і споживачами, посередниками, постачальниками, державою, громадськістю, тощо. Інтелектуальна форма капіталу проявляється в інтелектуальних ресурсах, які виступають основою інтелектуальної власності і проявляється у вигляді об'єктів інтелектуальної діяльності. В економічній науці протягом останнього часу сформувалася концепція "людського капіталу", згідно з якою праця освіченого та кваліфікованого працівника розглядається як головний фактор економічного і соціального прогресу суспільства. Людський капітал — сформований у результаті інвестицій і накопичений людиною певний запас знань, навичок,

здібностей, мотивацій і стан здоров'я, які доцільно й ефективно використовуються в тій чи іншій сфері суспільного виробництва.

Структурування інтелектуальних ресурсів [51] пропонується поділяти на зовнішні інтелектуальні економічні продукти (марка обслуговування, марка товару, корпоративна марка, «своя людина», корпоративне ім'я, «прихильник-пропагандист», купівельна прихильність, повторні контракти, портфель замовлень, механізм розподілу, ділове співробітництво, франшизи, ліцензії), внутрішні інтелектуальні економічні продукти (патенти, авторські права, права на дизайнерську діяльність, виробничі таємниці, ноу-хау, товарні знаки, знаки обслуговування), невідчужену власність (освіта, професійна кваліфікація, пов'язані роботою знання, професійні схильності, психометричні характеристики, пов'язані з роботою уміння та навички), продукти інструментів і середовища управління (філософія управління, корпоративна культура, управлінські процеси, інформаційні технології, мережеві системи зв'язку, відносини з фінансовими колами).

Структуру інтелектуальних ресурсів підприємства Г. О.Швиданенко та І. Ю. Гусєва [220] поділяють на:

- індивідуальні (людські) ресурси: знання, навички, творчі здібності, компетентність, моральні цінності, креативність персоналу, культура праці, коучинг персоналу, досвід, потенціал подальшого професійного розвитку, ноу-хау (здатність до інновацій), креативний спосіб мислення, інтелектуальна гнучкість, здатність працювати в команді, здатність до адаптації, здатність створювати, підтримувати та використовувати ділові контакти;

- організаційні ресурси: програмне забезпечення, винаходи, корисні моделі, торгові знаки, знаки обслуговування, організаційна структура, корпоративна культура, ліцензії, промислові зразки, інформаційні внутрішні знання, що залишаються на підприємстві (інформація в базах даних), фірмове найменування, формалізовані процеси, документовані знання, бренди,

репутація, якість корпоративного управління, зрілість системи управління персоналом;

- клієнтські ресурси: контракти з клієнтами, інформація про клієнтів, історія створення клієнтської бази, зв'язки з економічними контрагентами, постачальниками, посередниками, кредитно-фінансовими установами, органами влади, пресою та іншими зацікавленими організаціями, комерційні мережі, комерційні та ділові зв'язки, лояльність клієнтів, формальні коаліції. тиск регулюючих органів на бізнес.

Залежно від того, яка категорія ресурсів використовується, визначають такі види ресурсних ефектів:

- комплементарний (доповнюючий) ресурсний ефект – це результат оптимального використання потенціалу одного і того ж матеріального чи фінансового ресурсу у двох чи більше непов'язаних видах бізнесу компанії у різний період часу;

- мультиплікативний ресурсний ефект – результат оптимального використання потенціалу одного і того ж неосяжного ресурсу у двох чи більше видах бізнесу компанії одночасно;

Комплементарний (доповнюючий) ресурсний ефект досягається від використання матеріальних ресурсів, які підприємство може придбати або залучити ззовні для формування бізнес-моделі. Комплементарний ефект виникає, коли максимальна потужність матеріального ресурсу (активу) перевищує потребу у ньому на певному ринку (бізнесі) або коли цей ресурс (актив) використовується з різною часовою періодичністю (сезонно) чи інтенсивністю або мають місце флуктації потреб в обсягах цих ресурсів. Дія комплементарного ефекту є обмеженою обсягами матеріальних ресурсів чи потужністю матеріальних активів.

Інтегральна оцінка капіталу підприємства повинна відображати багатовимірність діяльності підприємства загалом. Для підприємств різної спеціалізації типовим може бути тільки підхід до оцінювання їх капіталу, а набір показників буде строго індивідуальним. Тому Т.Стюарт пропонує

всього три прагматичні принципи, керуючись якими, можна правильно вибрати інструментарій оцінювання:

1. Не ускладнювати завдання. Для оцінювання інтелектуального капіталу підприємства потрібно не більше від трьох параметрів кожного його виду – людського, структурного і споживчого – плюс один інтегральний показник.

2. Вимірювати доцільно те, що має важливе стратегічне значення.

3. Вимірювати потрібно тільки ті види діяльності, які створюють інтелектуальне багатство.

Наявність різних методів оцінки інтелектуального капіталу дозволяє оцінити його з різних позицій, тому існує необхідність проведення комплексної, оцінки, яка б дозволила оцінити всі його складові та вплив на нього багатьох факторів.

Як зазначає Гайдай Р. Ф., систематична оцінка капіталу підприємства, реалізація управлінських задач відповідно до моніторингу його поточного рівня дозволять менеджменту підприємства більш зважено і обґрунтовано планувати і реалізувати творчу інноваційну діяльність [115].

Для визначення критеріїв, яким відповідатиме універсальний методичний інструментарій оцінки капіталу підприємства, Н. Крикун та О. Веретенникова [162] подають такі рекомендації:

1. Перш за все, треба зазначити, що підходи до оцінки капіталу підприємства повинні бути не лише строго формальними, але й адаптованими до реального застосування на практиці.

2. По-друге, достовірна вартість капіталу підприємства може бути отримана лише за умов комплексної оцінки всіх його складових.

3. По-третє, не менш вагомою, умовою є використання сукупності показників: кількісних, якісних та показників ідентифікації активів, що неможливо виявити – компетентності та знань персоналу, корпоративної культури, ділової репутації підприємства.

4. При формуванні набору показників для вимірювання й оцінки капіталу потрібно звернути увагу на необхідність виключення таких вимірювачів, розрахунків яких заснований на використанні ідентичних проміжних значень, що перевантажує методичку необхідністю проведення по суті дублюючих розрахунків.

5. Мають бути враховані показники, здатні виявити існування синергії, тобто взаємодію між показниками, яка зумовлює збільшення позитивного результату, що вимірюється.

6. Цінність капіталу має визначатися в контексті конкретної стратегії розвитку фірми, оскільки при іншій стратегії ці ж самі ресурси можуть не створювати додаткової вартості.

Діагностика капіталу дозволяє комплексно оцінити ефективність використання ресурсів, які застосовуються підприємством для отримання наднормативного прибутку. О.М. Вакульчик та Г.Л. Ступнікер [219] основними етапами такої діагностики вважають: визначення величини та дослідження структури капіталу; оцінку рівня капіталу підприємства; аналіз й оцінку показників формування та використання капіталу на основі детермінованої моделі; організаційно-інформаційне забезпечення процесу управління капіталу.

А.О. Босак, характеризуючи систему оцінювання корпоративного капіталу, визначає наступні її особливості [221]:

– структура капіталу підприємства не є однорідною і, попри різні трактування фахівців, складається з різних елементів: структурних, ринкових і людських активів. Кожен з цих елементів ґрунтується на використанні комунікацій різних видів і ступеня інтенсивності інформаційних потоків;

– на рівень потенціалу та ефективність управління капіталом впливають технологічні, інформаційні, правові, економічні та соціальні чинники, вага яких може бути визначена в статичній формі для окремого підприємства або в динаміці з певним ступенем невизначеності;

– більшість розроблених методів оцінювання капіталу мають універсальний характер, тобто були створені для оцінювання активів як таких. Хоча це не применшує їхньої корисності для оцінювання окремих (переважно структурних) елементів капіталу, однак свідчить про недостатній ступінь розвитку спеціальних методів оцінювання;

– ступінь розвитку системи комунікацій є визначальним чинником ефективності управління капіталу підприємства. Якісні комунікації (з технічного та соціального аспектів) забезпечують раціональне використання активів та їхній стійкий розвиток.

Таблиця 2.10

Структура ресурсів корпоративного капіталу підприємства

Види капіталу		Ресурси
Фізичний капітал		основні і оборотні засоби, товарно-матеріальні запаси
Фінансовий капітал		грошові кошти на рахунках
Організаційний капітал	Організаційна структура, тип управління	організаційна структура, формалізовані процеси, документовані знання, зрілість системи управління персоналом, тиск регулюючих органів на бізнес
	Корпоративні відносини, корпоративна культура	якість корпоративного управління, корпоративна культура, корпоративні відносини
Споживчий капітал	Корпоративна соціальна відповідальність, зв'язки з громадськістю	зв'язки з органами влади, пресою та іншими зацікавленими організаціями, корпоративні ресурси, аби привернути увагу суспільства до певної соціальної проблеми, добродійний маркетинг, корпоративний соціальний маркетинг, корпоративна філантропія, зв'язки з місцевими громадськими організаціями та ініціативами, соціально відповідальні підходи до ведення бізнесу
	Ринкові зв'язки: споживачі; постачальники; посередники	репутація, контракти з клієнтами, інформація про клієнтів, історія створення клієнтської бази, лояльність клієнтів, зв'язки з економічними контрагентами, постачальниками, посередниками, кредитно-фінансовими установами, комерційні мережі, комерційні та ділові зв'язки, формальні коаліції
	ТМ, Бренди, Фірмові назви	торгові знаки, знаки обслуговування, фірмове найменування, бренди.

Людський капітал	знання, навички, творчі здібності, компетентність, моральні цінності, креативність персоналу, культура праці, коучинг персоналу, досвід, потенціал подальшого професійного розвитку, ноу-хау (здатність до інновацій), креативний спосіб мислення, інтелектуальна гнучкість, здатність працювати в команді, здатність до адаптації, здатність створювати, підтримувати та використовувати ділові контакти.
Інтелектуальна власність як капітал	патенти, раціональні пропозиції, ноу-хау, програмне забезпечення, винаходи, корисні моделі, ліцензії, промислові зразки, інформаційні внутрішні знання, що залишаються на підприємстві (інформація в базах даних).

Зарубіжні підприємства не мають суттєвих проблем із ресурсним забезпеченням та черпають джерела нових ідей розвитку переважно у зовнішньому середовищі. Для вітчизняних підприємств обмеженість ресурсних можливостей стає перешкодою для забезпечення відповідності зовнішнім вимогам. Саме тому для впровадження стратегічних підходів у поточну діяльність вітчизняних підприємств, які базувалися б на комплексному дослідженні, в тому числі ресурсної бази, необхідно розробити методичне забезпечення для проведення такого аналізу [222].

Критичні аргументи ресурсно-орієнтованих поглядів на підприємство наведено в роботі О. Труєнса [223]. Основний аргумент полягає в тому, що конкурентні переваги формуються не за рахунок окремих ресурсів, а на основі їх взаємодії. Тобто одиницею аналізу повинні бути не лише окремі ресурси, а їх загальний стан.

Стратегічна цінність ресурсів фірми посилюється, якщо їх важче придбати, наслідувати або замінити [224]. Наявність стратегічних ресурсів, які б відповідали галузевим стратегічним факторам, створює умови для формування конкурентних переваг підприємства.

Корпоративний капітал підприємств формує інституційну основу національного господарства і передбачає використання сучасних методів господарювання, планування, аналізу. Корпоративний капітал підприємств, які утворилися в результаті процесів поглинання, злиття тощо, має складну

організаційну структуру для його дослідження потрібно використовувати стратегічні підходи щодо визначення змісту діяльності в майбутньому. Для корпоративного капіталу питання аналізу використання ресурсів має значення не лише з позицій розподілу ресурсів між напрямками діяльності та підрозділами, а й з позицій визначення перспектив розвитку стратегічного потенціалу.

Стратегічний потенціал – це здатність господарської системи використовувати ресурси та зовнішні можливості для досягнення стратегічної мети [225].

Узагальнюючи існуючі підходи до стратегічного аналізу, які викладені в науковій літературі [222; 225; 226; 227], та на підставі вивчення річних звітів та практики застосування стратегічних підходів до оцінки ресурсного забезпечення діяльності підприємств, доцільно визначати такі основні етапи стратегічного аналізу ресурсів корпоративного капіталу:

1 етап. Аналіз динаміки вартості і кількості стратегічних ресурсів підприємства та його конкурентів. Дослідження абсолютних показників ресурсного забезпечення підприємств має на меті проведення порівняння існуючих масштабів діяльності підприємств та їх потенційних можливостей на ринках. Оскільки реалізація стратегії значною мірою залежить від ресурсного забезпечення, поточна оцінка величини ресурсів підприємства дає можливість визначити перспективи втілення розробленої стратегії у життя. Стратегічні орієнтири розвитку підприємств, які функціонують в певній галузі, визначають підприємства-лідери. Для окремого підприємства, розробляючи стратегію розвитку, в тому ж сегменті ринку не можна не брати до уваги показники діяльності підприємств-конкурентів.

2 етап. Аналіз питомих показників рівня ресурсного забезпечення підприємства в цілому та його підрозділів. Для того щоб використовувати в процесі аналізу порівнювані показники ресурсного забезпечення, треба визначити обсяги наявних ресурсів у розрахунку на одного працівника. На цьому етапі доцільно також використати метод відстані до еталону, який

полягає в порівнянні показників аналізованих підприємств (підрозділів) з еталонними показниками [228, С. 72].

Застосування методу відстаней є доцільним у двох ситуаціях: для стратегічного аналізу рівня ресурсного забезпечення підприємств, які функціонують в певній галузі, оскільки дає можливість визначити відмінності у ресурсному забезпеченні підприємств та цільові орієнтири для стратегії подальшого розвитку з позиції підвищення рівня забезпеченості підприємства ресурсами; для стратегічного аналізу відмінностей у рівнях ресурсного забезпечення стратегічних підрозділів підприємства. Зважаючи на предмет дослідження, треба прийняти найкращі значення тих чи інших показників за еталонні. Вихідні дані необхідно стандартизувати у відношенні відповідного еталонного значення певного показника та визначити комплексний ранговий показник.

3 етап. Аналіз ефективності використання ресурсів підприємства та його підрозділів. Оцінку ефективності використання ресурсів доцільно побудувати на основі традиційного підходу – дослідження втілення витрат ресурсів у результативних показниках (доходу, прибутку).

У процесі проведення внутрішнього стратегічного аналізу ресурсного забезпечення корпоративного капіталу можна використати два підходи: у розрізі підрозділів та у розрізі географічних регіонів, де підприємство здійснює свою діяльність.

Запропоновані етапи можуть бути використані в практиці підприємств різних видів, оскільки загалом така послідовність дослідження дає можливість провести порівняння рівня використанні капіталу підприємства з його конкурентами та забезпечить поєднання зовнішнього та внутрішнього напрямів стратегічного аналізу.

Для конкретизації загальних етапів аналізу при здійсненні практичної процедури на основі врахування принципів системності та комплексності було проведено поділ ресурсів за окремими складовими корпоративного капіталу (табл. 2.11): фізичний, фінансовий, організаційний, споживчий.

людський капітал і інтелектуальну власність як капітал. Систематизація характеристик окремих видів ресурсів складає підґрунтя для визначення переліку основних кількісно-вимірюваних показників.

У таблиці узагальнено основні показники, які традиційно використовуються у процесі аналізу використання того чи іншого виду ресурсу. Їх перелік не є повним та може бути розширений з урахуванням специфіки діяльності підприємств та потреб аналізу.

Таблиця 2.11

**Перелік характеристик та кількісно-вимірюваних показників
корпоративного капіталу підприємства**

Складові корпоративного капіталу		Характеристики ресурсів	Показники
Фізичний капітал		Фізичні	Масштабу: вартість основних засобів; вартість спожитих матеріальних ресурсів; вартість виробничих запасів. Результативності: фондодіддача, фондоозброєність, фондорентабельність, витрати на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції, вартість виробничих запасів на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції.
Фінансовий капітал		Внутрішні Зовнішні	Масштабу: обсяг інвестицій, обсяг інвестицій у НДДКР, чистий грошовий потік, грошові кошти та їх еквіваленти. Результативності: обсяг інвестицій на одного працюючого, обсяг інвестицій у НДДКР на одного працюючого, рентабельність продукції, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність продаж.
Організаційний капітал	Організаційна структура, тип управління	Організаційно-управлінські	Масштабу: адміністративні витрати. Результативності: адміністративні витрати на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції, адміністративні витрати на одного

			працюючого.
	Корпоративні відносини, корпоративна культура	Організаційно-управлінські	Якісні: рівень розвитку взаємовідносин між працівниками і власниками, розподіл результатів підприємницької діяльності із забезпеченням інтересів кожної сторони.
Споживчий капітал	Корпоративна соціальна відповідальність, зв'язки з громадськістю	Репутація, імідж	Масштабу: витрати на збут. Результативності: витрати на збут на одну гривню чистого доходу від реалізації продукції. Якісні: наявність соціально відповідальних підходів до ведення бізнесу
	Ринкові зв'язки: споживачі; постачальники; посередники	Репутація, імідж	Масштабу: кількість укладених договорів із постачальниками і посередниками. Якісні: рівень довіри і розвитку господарських зв'язків зі споживачами, постачальниками, посередниками
	ТМ, Бренди, Фірмові назви	Репутація, імідж	Масштабу: бренди (кількість та вартість). Результативності: співвідношення вартості бренду і чистого доходу від реалізації продукції
Людський капітал		Рівень забезпечення Досвід, рівень підготовки	Масштабу: чисельність працівників, чисельність працівників у НДДКР, чисельність працівників із вищою освітою; витрати на перепідготовку та підвищення кваліфікації персоналу. Результативності: витрати на перепідготовку та підвищення кваліфікації персоналу на одного працюючого, кількість працівників з вищою освітою в загальній кількості працюючих, чистий дохід від реалізації продукції на одного працюючого.
Інтелектуальна власність як капітал		Технології	Масштабу: кількість патентів, авторських прав, секретів виробництва, вартість ліцензій, вартість нематеріальних активів. Результативності: витрати на НДДКР в % до обсягу реалізованої продукції, питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої продукції, вартість нематеріальних активів на одного

		працюючого; рентабельність нематеріальних активів.
--	--	--

Загалом ресурсний підхід до аналізу корпоративного капіталу дає можливість:

по-перше, визначати значущість та ефективність використання окремих видів ресурсів на підприємстві в цілому та проводити порівняння всіх основних показників корпоративного капіталу досліджуваного підприємства з підприємствами-конкурентами;

по-друге, проводити порівняння показників ресурсного забезпечення окремих складових корпоративного капіталу, а також визначати необхідність перерозподілу стратегічно важливих ресурсів між окремими підрозділами з метою забезпечення їх найбільш ефективного використання.

Основою процесів розробки стратегії повинен бути фаховий аналіз корпоративного капіталу, який доцільно проводити не лише як внутрішньоорієнтований, а і як зовнішній. Запропонований алгоритм проведення стратегічного аналізу використання корпоративного капіталу дасть можливість вітчизняним підприємствам визначити цільові орієнтири його розвитку, стандарти використання капіталу конкурентоспроможних підприємств галузі та формулювати кількісно-якісні стратегії подолання відставання від галузевих лідерів.

Література

1. Маркс К . Капитал. К .Маркс, Ф.Энгельс. Сочинения. 2- издание. Т. 25, ч. II.
2. Маркс К . Капитал. К .Маркс, Ф.Энгельс. Сочинения. 2- издание. Т. 24
3. Marshall A. The principle of economics. Vol. 1, Transl. from English. – М., Ed. group «Progress»,1993.
4. Schumpeter J. The Theory of Economic Development. / Transl. from German by V.S. Avtonomov.Ed. by A.C. Mikhailovsky. – М.: Progress Publishers, 1982.
5. Hicks J. Value and Capital: Transl. from English / J.Hicks Ed. by R.M. Ektov. – М., 1993.
6. Dobrynin A.I. Human capital in the transitive economics: formation, evaluation, efficiency. / A.I.Dobrynin, S.A.Dyatlov, E.D. Tsyrenova– SPb.: Nauka, 1999.
7. Мочерний С.В. Економічний енциклопедичний словник: У двох томах. Т. 1. / С.В.Мочерний, Я.С.Ларіна, О.А.Устенко, С.І. Юрій– Львів: Світ, 2005. – 616 с.
8. Глосарій. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.glossary.ru/offer.htm>
9. Вікіпедія. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Капітал>
10. Давидюк Т.В. Людський капітал як складова капіталу підприємства // ВІСНИК ЖДТУ Секція: Економічні науки. 2008. – № 4 (46). – С.56-60.
11. Кондраков Н.П. Бухгалтерський облік. Н.П. Кондраков. – М.: Инфра-М, 2007. – 592 с.
12. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_013
13. Мойсеєнко І. П. Інвестування : навч. посіб. / І. П. Мойсеєнко. – К. : Знання, 2006. – 490с.
14. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник / В. М. Шелудько. – К. : Знання, 2006. – 439 с.

15. Сопко В.В. Бухгалтерський облік: наукова сутність та побудова / В.В. Сопко // Регіональні перспективи, 2001. – 2001. – № 2–3 (15–16). – с. 11–19.
16. Бідник О. І. Теоретичні аспекти управління капіталом підприємства / О. І. Бідник // Придніпровський науковий вісник. – 2007. – Вип. 5. – С. 19–24.
17. Семенов А. Г. Побудова моделі ефективного управління структурою капіталу підприємства / А. Г. Семенов, А. В. Пелешко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 2(6). – С. 78–83.
18. Холод З. М. Формування капіталу підприємств видавничо-поліграфічного комплексу і відображення його у фінансовій звітності / З. М. Холод, І. І. Малярчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.3. – С. 283–292.
19. Юшко С. В. Критичний аналіз економічної сутності поняття «капітал підприємства» / С. В. Юшко, А. Лугова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 234–238.
20. Гадиева М. Б. Роль человеческого капитала в инновационном развитии экономики России: вызов времени / М.Б.Гадиева // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2009. – № 6 – С. 3–14.
21. Коноплицкий В.А. Маркетинг, рынок, финансы. Терминологический словарь-справочник / В.А.Коноплицкий, А.И. Филина. – К.: «Имэкс», 1992. – 184 с.
22. Ловінська Л.Г. Оцінка в сучасній системі бухгалтерського обліку підприємств України: Дис... д-ра екон. наук: 08.00.09. – Л.Г. Ловінська; КНЕУ ім. В.Гетьмана. – К., 2007. – 603 с., с. 67–70.
23. Бланк И.А. Управление использованием капитала / И.А.Бланк. – К.: Эльга, 2002. – 656 с.
24. Капелюшников Р.И. Право собственности (очерк современной теории) / Р.И. Капелюшников [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.strana-oz.ru/?numid=21&article=979>

25. The economics of property rights. Ed. by Furubotn E.G., Pejovich S. (Cambridge, 1974)
26. Пуляева Е.И. Социальный капитал: сходства и различия с другими формами капитала / Е.И. Пуляева, Е.Д. Цыренова // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2013. - № . – С.86-91
27. Лебідь О.В. Застосування синергетичного підходу до управління капіталом підприємства / О.В. Лебідь // Управління розвитком. – 2006. - № 3. – С.68-69.
28. Лебідь О.В. Алгоритм управління капіталом підприємства на синергетичних засадах / О.В.Лебідь // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 103. – С. 144-149.
29. Радаев В.В. Новый институциональный подход: построение исследовательской схемы / Радаев В.В. // Журнал социологии и социальной антропологии, 2001. – Т. IV. – № 3. – С. 114-116.
30. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит Сочинения. – Т. 1. – М.: 1997.
31. Schultz T. Investment in Human Capital. - The American Economic Review. - Marcy 1961. - № 1.
32. Шульц Т. У. Экономика пребывания в бедности. Нобелевская лекция 8 декабря 1979 г. // Мировая экономическая мысль сквозь призму веков. В 5-ти томах. Том V. Всемирное признание. Лекции нобелевских лауреатов. - Кн. 1. - М.: Мысль, 2004.
33. Becker G. S. Human Capital: a Theoretical and Empirical Analysis / Becker G. S. // N.Y.: Columbia University Press for NBER, 1964. - Ch. 2.
34. Becker G. S. Human Capital and the Personal Distribution of Income: An Analytical Approach. Woytinsky Lecture, N 1. / Becker G. S. // Institute of Public Administration. University of Michigan, 1967.
35. Беккер Г.С. Человеческое поведение: экономический поход: Избр. Труды по экономической теории / Г.С. Беккер; Е.Б. Батракова и др. (пер. с англ.),

- Р.И. Капелюшников (сост. науч. ред., перевод автор. послеслов.), М.И. Левин (автор предисл.). – М.: ГУВШЭ, 2003. – 671 с.
36. Mincer J. Schooling, experience and earnings / Jacob Mincer. – N.Y. 1975
37. Бурдьё П. Социальное пространство и генезис «классов». / П.Бурдьё [Электронный ресурс]. Режим доступа: [//www.bourdieu.narod.ru/sp/PB_SP_genese_de_classes.htm](http://www.bourdieu.narod.ru/sp/PB_SP_genese_de_classes.htm);
38. Бурдьё П. Формы капитала / П. Бурдьё // Экономическая социология. – 2002. – № 5. – С.60-75.
39. Васильченко В.С. Управління трудовим потенціалом: Навч. посібник. / В.С.Васильченко, А.М.Гриненко, Г. О.А.рішнова, Л.П. Керб– К.: КНЕУ, 2005.
40. Амосов О. Формування людського капіталу в умовах інноваційної економіки: методологічний аспект / О. Амосов, А. Дегтяр // Держава і ринок. – С.164-172.
41. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. – К. : Знання, 2001. – 254 с.
42. Кирлик Н.В. Аналіз підходів до визначення людського капіталу підприємства / Н.В. Кирлик // Академічний огляд. 2013. № 2 (39) – С.95-103.
43. Гелбрейт Д. К. Экономические теории и цели общества [Текст] / Д. К. Гелбрейт. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с.
44. Stewart T.A. The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. N.-Y.-L., 1997. – 270 p.
45. Эдвинсон Л. Интеллектуальный капитал: определение истинной стоимости компаний / Л. Эдвинсон, М. Мэлоун // Новая постиндустриальная волна на Западе; под ред. В. Иноземцева. – М.:Academia, 1999. – 640 с.
46. Зинов В. Г. Менеджмент инноваций: кадровое обеспечение : [учеб. пособие] / В. Г. Зинов. – М. : Дело, 2005. – 496 с.

47. Казакова Н. В. Некоторые подходы к управлению знаниями и интеллектуальным капиталом в современной экономике / Н. В. Казакова // Инновации. – 2003. – № 1. – С. 54-60.
48. Иноземцев В. Л. К теории постэкономической общественной формации / В. Л. Иноземцев. – М. : Academia, 1995. – 452 с.
49. Леонтьев Б. Б. Цена интеллекта. Интеллектуальный капитал в российском бизнесе / Б. Б. Леонтьев. – М. : Акционер, 2002. – 225 с.
50. Селезнев Е.Н. Интеллектуальный капитал как объект управления / Е.Н. Селезнев. // Справочник экономиста. – 2007. – №2.
51. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: ключ успеха в новом тысячелетии. / Э. Брукинг; пер. с англ. под ред. Л. Н. Ковалик – СПб, Питер, 2001 – 288 с.
52. Кендюхов А. В. Интеллектуальный капитал как новая экономическая категория / О.Кендюхов // Економіка промисловості. – 2002. – № 3. – С. 129 – 133.
53. Karl Wiig People-Focused Knowledge Management [Text] / Wiig Karl. – Taylor & Francis, 2004. – 365 p.
54. Голишева Є.О. Роль і місце споживчого капіталу в системі інтелектуального капіталу підприємства / Є.О. Голишева // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. - Х., 2010. - Вип. 98. - С. 190-197.
55. Arrow K. J. Gifts and Exchanges // Philosophy and Public Affairs. – 1972. – № 1. 357 p.
56. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация // Общественные науки и современность. – 2003. – № 2.
57. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Фукуяма Ф. – М.: ООО «Изд-во АСТ»; ЗАО НППП «Ермак». – 2004. – 730 с.
58. Що таке соціальний капітал? Київська лекція Френсіса Фукуями // День. - 2006. 17 жовт. – № 177

59. Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики. / Р.М. Нуреев – М., 2008. – с. 398–405.
60. Bourdieu P. The forms of capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. – N.Y.: Greenwood, 1985. – P. 241–258.
61. Bourdieu P. Social Critique of the Judgement of Taste / P. Bourdieu, A. Distinction. – London :Routledge and Kegan Paul. – 1984.
62. Туроу Л. Будущее капитализма / Л.Туроу // Новая постиндустриальная волна на Западею – М., 1999.
63. Коулмен Дж. Капитал социальный и человеческий // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 121-139. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ecsocman.edu.ru/ons>
64. Coleman J. Foundations of Social Theory / J. Coleman. – Cambridge (MA), 1990. – 307 p.
65. Кузьменко В. П. Теорія людського і соціального капіталу та кооперація інноваційного виробництва пострадянських країн / В. П. Кузьменко // Історія народного господарства та економічної думки України. Збірка наукових праць, частина 3 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.info-library.com.ua/books-text-10924.html>
66. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации. – Москва, 1916; 2-е изд. М., 1918; 3-е доп. издание. М., 1919; – Переиздание. – М.: Экономика. – 1989. – 496 с.
67. Кондратьев Н. Д. Михаил Иванович Туган-Барановский. - Пг., 1923.; Переиздание. Истоки: вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. – Вып. 2. М.: Экономика. – 1990. – с. 268-294.
68. Гугнін Е. Феномен соціального капіталу / Е. Гугнін, В. Чепак // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. – № 1. – с. 49–56.
69. Woolcock M. The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes / M. Woolcock // Paper presented for an international symposium on The Contribution of Human and Social Capital to Sustained

Economic Growth and Well-Being, HRD Canada and the OECD, March 19-21, 2000.

70. The World Bank: Social Capital: Publications & Reports [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://web.worldbank.org/wbsite/external/topics/exttsocialcapital/html>
71. Мачеринскене И. Социальный капитал организации: методология исследования / И. Мачеринскене, Р.М. Инкуте-Генриксон, Ж.. Симанавичене // Социологические исследования. – 2006. – № 3. – С. 29-39.
72. Лебедев І.В. Соціальний капітал як чинник ефективного менеджменту / І.В. Лебедев // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2007. – №37. – С. 95-100.
73. Радаев В.В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В.В. Радаев // Общественные науки и современность. –2003. – № 2. – С. 20–32.
74. Патнэм Р. Процветающая комьюнити, социальный капитал и общественная жизнь / Р.Патнэм // МЭиМО. 1995. N 4.
75. О.А.Чутка, Вплив соціального капіталу на мотивацію трудової діяльності працівників аграрних підприємств // Економіка АПК. – 2010. - №2. – С.116-121.
76. Демянчук О.І. Формування властивостей соціального капіталу підприємства // Наукові записки. Серія «Економіка». Випуск 16. – С.270 – 276.
77. Курбатова М. В. Структура социального капитала как фактор институционального развития региона / М. В. Курбатова, С. Н. Левина, Е. С. Каган // Общественные науки и современность. – 2010. – № 6. – С. 37–49.
78. Кузьменко В., Шиптенко Т. Виробничо-ресурсний потенціал України та ефективність його використання // Економіка України. - 1992. - № 4. - С. 53-61.
79. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала / Р.Патнэм – М.: Издательство «Ad Marginem». – 1996.

80. Минцберг Г. Школы стратегий / Г.Минцберг, Б.Альстрэнд, Дж. Лэмпел / Пер. с англ. под ред. Ю.Каптуревского. - СПб: Издательство «Питер», 2000. – 336 с.
81. Грішнова О. Соціальний капітал: сутність, значення, взаємозв'язок з іншими формами капіталу / О. Грішнова, Н. Полив'яна // Україна: аспекти праці. – 2009. – №3. – С. 19-24.
82. Человеческий капитал в структуре интеллектуального капитала. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/index.php/intellektualnyy-kapital/chelovecheskiy-kapital-v-struktrue-intellektualnogo-kapitala.html>
83. Неотъемлемым компонентом человеческого капитала является социальный капитал. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.smart-edu.com/index.php/>
84. Антонюк В. П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: Монографія / В. П.Антонюк. –НАН України. Ін-т економіки пром-сті.– Донецьк, 2007. –348 с.
85. Becker I.G. Human Capital: Theoretical and empirical analysis With special reference to education. – 3r ed. – University of Chicago Press, 1993. – 390 p.
86. Добрынин А.И. Человеческий капитал в транзитивной экономикеФормирование, оценка, эффективность использования / А.И. Добрынин, С.А. Дятлов, Е.Д. Цыренова / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. – СПб.: Наука, 1999. – 309с.
87. Петухова Т. Теоретико-методичні положення оцінки стану людського капіталу підприємств залізничного транспорту / Т. Петухова // Інституціональний вектор економічного розвитку Вип. 3 (2). – С.1–9.
88. Сорока М.В., Леонова С.В. Інвестування в людський капітал промислового підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – 633. – с. 676-685

89. Васильченко В. С. Управління трудовим потенціалом: Навч. посіб. [Текст]. В. С. Васильченко, А. М. Гриненко, О. А. Грішнова, Л. П. Керб – К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.
90. Людський потенціал: механізми збереження та розвитку: Монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті / О.Ф. Новікова, О.І. Амоша, В.П. Антонюк та ін. [Текст] – Донецьк, 2008. – 468 с.
91. Михайлова Л.І. Економічні основи формування людського капіталу в АПК / Л. І. Михайлова. – Суми : Довкілля, 2003. – 326 с.
92. Лех Т. А. Концепція формування та відтворення людського капіталу / Лех Т. А. Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2012. – №2. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.-com.ua/?op=1&z=925>
93. Кирлик Н.В. Аналіз підходів до визначення людського капіталу підприємства / Н.В. Кирлик // Академічний огляд. 2013. № 2 (39) – С.95-103.
94. Амосов О., Дегтяр А. Формування людського капіталу в умовах інноваційної економіки: методологічний аспект / Амосов О., Дегтяр А. // Держава і ринок. – С.164-172.
95. World Business for Sustainable Development, Corporate Social Responsibility, [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.wbcsd.ch/templates/Template WBCSDI/layout.asp?type=h&MenuId=MzI3&d>
96. Соціальний капітал суспільства в умовах трансформації економічної системи (питання теорії і методології): автореф. дис... д-ра екон. наук / М.Є. Горожанкіна; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 32 с.
97. Кізілова А.В. Сутність та функції соціального капіталу підприємств / А.В. Кізілова // // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку. – 2012. С.250-258 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/sim_2012_2012_23.pdf

98. Сысоев С.А. Проблемы выявления структуры и функций социального капитала // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 31-1. – С. 176-181.
99. Потрашкова Л.В. Моделирование развития предприятия как системы по созданию добавленной стоимости. / Л.В.Потрашкова, А.И. Пушкарь
Технічний прогрес та ефективність виробництва: Вісник Харківського державного політехнічного університету. Збірник наукових праць. Випуск 91. – Харків: ХДПУ, 2000. – С. 82-85.
100. Котлер Ф., Лі Ненсі. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ.. С.Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
101. Цибульов П.М. Основи інтелектуальної власності / Цибульов П.М. – К.: ЗАТ «Інститут інтелектуальної власності і права. – Київ. – 2002. – 104 с.
102. Международный комитет по стандартам оценки имущества международные стандарты оценки МСО 1–4 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dpo-group.ru/legislation/mso1-4.asp>
103. Есипов В. Е. Оценка бизнеса / В. Е. Есипов, Г. А. Маховикова, В. В. Терехова. – Санкт-Петербург : СПБ Питер, 2001. – 416 с.
104. Ефремова Л. В. Оценка имущества предприятия: конспект лекцій [для студ. вис. учеб. зав.] / Л. В. Эфремова, С. Л. Ефремов. – Харьков: изд. ХНЕУ, 2006. – 76 с.
105. Симонова Н. В. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Н. В. Симонова, Р. Ю. Симонов. – Ростов-на-Дону : Март, 2004. – 464 с.
106. Симонова Н. В. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Н. В. Симонова, Р. Ю. Симонов. – Ростов-на-Дону : Март, 2004. – 464 с.
107. Сычева Т. И. Оценка стоимости предприятия / Т. И. Сычева, Е. Б. Колбачев, А. А. Сычев. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2003. – 384 с.
108. Гетьман О.О. Економіка підприємства / Гетьман О.О., Шаповал В.М. Навч. посіб. – 2-ге видання. – К.: Центр учбової літератури. – 2010. – 488 с.

109. Конспект лекцій з курсу «Економічна діагностика» (для студентів 5 курсу денної і 6 курсу заочної форм навчання спеціальності 7.050107, 8.050107 – «Економіка підприємства») / Укл.: Глухарев С.М. – Харків: ХНАМГ, 2008 – 118с.
110. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність [Текст]: Підручник./В.Д.Базилевич. – К.: Знання, 2006.- 431 с.
111. Шипова Е.В. Оценка интеллектуальной собственности [Текст]: Учебн. пособие./ Е.В.Шипова.– Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2003. – 122с.
112. Цыбулев П.Н. Оценка интеллектуальной собственности [Текст]: Учебн. пособие / П.Н.Цыбулев. – К.: Инст-т интел. собст.и права, 2005.-192 с.
113. Підпригора О.А., Підпригора О.О. Право інтелектуальної власності. – К.: Юрінком Інтер, 1998. – 336 с.
114. Jean B. McGuire. Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance / Jean B. McGuire, Alison Sundgren, Thomas Schneeweis // Academy of Management Journal. – 1988 vol. 31 no. 4 p. 854-872
115. Гайдай Р. Ф. Оцінка інтелектуального потенціалу підприємства з врахуванням його сутнісного змісту / Р. Ф. Гайдай // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6, Т. 3. – с.191-194
116. Козырь Ю.В. Размышления о стоимостной оценке знаний. Ю.В.Козырь. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://akadem.kiev.ua/index.php?mode=ona&SID=34590fe4104af29cad5c251288e43b7d>.
117. Кендюхов О.В. Эффективное управление интеллектуальным капиталом: Монографія / НАН України. Інститут економіки промисловості; ДонУЕП. – Донецьк: ДонУЕП, 2008. – 359 с.
118. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью. – М.: Монолит, 2002. – 552 с.
119. Леонтьев Б. Оценка нематериальных активов // Журн. для акционеров. – 2005. – № 4. – С. 25-31.

120. Бутнік-Сіверський, О. Б. Інтелектуальний капітал (теоретичний аспект) / О. Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.
121. Грішнова О. А. Людський розвиток / О.А.Грішнова Навч. посіб. – К.: КНЕУ.– 2006. – 308 с.
122. Доклад о развитии человека 2007/2008. Борьба с изменениями климата: человеческая солидарность в разделенном мире / Пер. с англ. – М.: Издательство «Весь мир», 2007. – 400 с.
123. Человеческое развитие: новое измерение социально-экономического прогресса. Уч. пособ. под общ. ред. проф. В.П. Колесова. – М.: Права человека, 2008. – 636 с.
124. Звіти з людського розвитку на сайті Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://hdr.undp.org>.
125. Регіональний людський розвиток / Державний комітет статистики України. – К. : 2007. – 234 с.
126. Возняк Г. Інтелектуальний капітал підприємств: проблеми ідентифікації та оцінки / Г. Возняк, Л. Бенюк // Вісник Львівського університету. Серія екон. – 2009. Вип. 41. с.115-123
127. Ушенко Н. В. Науково-методологічні основи державного регулювання відтворення людського капіталу України. Дис... д-ра екон. наук: 08.00.03. Н. В. Ушенко. – Науково-дослідний економічний інститут (НДЕІ) Міністерства економіки України м. Київ.
128. Гавкалова Н. Л. Проблеми ідентифікації соціального капіталу / Н. Л. Гавкалова // Формування ринкової економіки. – 2005. – № 6. – с. 117–122.
129. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. / Ё.Блауг. – М.: Дело Лтд. – 1994.
130. Kiker V.F. Human capital: In Retrospekt, 1968.
131. Давидюк Т. В. Людський капітал в системі бухгалтерського обліку підприємства: ретроспектива та сучасні підходи / Т. В. Давидюк // Вісник

- Хмельницького національного університету. – 2009. – № 4, Т. 3. – С.111-115.
132. Михайлова Л.І. Людський капітал: формування та розвиток в сільських регіонах: Монографія. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 388 с.
133. Марчук Е.К. Украина: новая парадигма прогресса.: Пер. с укр./ Е.К. Марчук [Текст]– К.: “Аваллон”, 2001. – 224 с.
134. Фіценс Ж. Людський капітал: як визначити та збільшити його вартість / Ж. Фіценс [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.innovations.com.ua>
135. Кавецький В.В. Інвестиції в людський капітал та його формування /В.В. Кавецький [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>
136. Добия М. Является бухгалтерський учет научной дисциплиной? / М.Добия // Вісник ЖДУ. – 2011. – № 1 (55).
137. Королюк Н.М. Людський капітал як об'єкт бухгалтерської методології / Н.М. Королюк // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №7 (97). – С.252-260.
138. Драган О.І. методичні підходи до оцінки людського капіталу на підприємстві харчової промисловості / О.І. Драган // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Вип.26.– Черкаси.– ЧДТУ, 2011.– С.168–171.
139. Дробиш Л.В. Кадровий потенціал підприємств системи споживчої кооперації України: формування та використання. Кіровоград : КОД, 2008. – 208 с.
140. Фитц-енц Як. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала : пер. с англ. / Як Фитц-енц. – М. : Вершина, 2006. – 320 с.

141. Швець І. Б. Оцінка нагромадження людського капіталу на промислових підприємствах / І. Б. Швець, С. В. Позднякова. – Донецьк : ДонНТУ–Норд-Пресс. – 2011. – 172 с.
142. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях : методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта. – М. : Статистика, 1980. – 151 с.
143. Ібрагімов Е. Е. Оцінка ефективності людського капіталу у системі стратегічного планування підприємств / Е. Е. Ібрагімов // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012 . – № 56(962). – с. 72–77.
144. Захарова О.В. Мотиваційна складова інвестування у людський капітал / О.В.Захарова, М.А.Стернійчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3, Т. 2 . – С.195-200 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>
145. Захарова О. В. Методи оцінки інвестування у людський капітал / О. В. Захарова, С. О. Поторочин // Електронне наукове фахове видання Ефективна економіка. – 2012. – № 4. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1056>
146. Тупик И.Я. От развития персонала – к управлению знаниями / И.Я. Тупик // Менеджер по персоналу. – 2006. – № 11. – С. 14-20.
147. Kirkpatrick D.L. Evaluating training programs: the four levels / D.L. Kirkpatrick. – San-Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 1998. – 285 p.
148. Fisher I. The Nature of Capital and Income / Irving Fisher. – L.: Macmillan&Co., 1927.
149. Phillips J.J. Technology's Return on Investment / Jack J. Phillips, Patti P. Phillips // Advances in Developing Human Resources. – 2002. – Vol. 4. – P. 512-532.

150. Колот А. Соціально-трудо́ві аспекти забезпечення стійкого розвитку національної економіки / А. Колот, С. Григорович // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 4. – С. 8-15.
151. Keiso D.E. Intermediate accounting (5th ed.) / D.E. Keiso, J.J. Weygandt. – N.Y.: JohnWiley, 1986. – 1245 p.
152. Салига К.С. Ефективність реальних інвестицій: моногр. / К.С. Салига. – Запоріжжя: ГУ „ЗІДМУ”, 2007. – 284 с.
153. Bloom B.S. Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals, by a committee of college and university examiners / Benjamin S. Bloom, David R. Krathwohl / Handbook I: Cognitive Domain. – N.Y.: Longmans, Green, 1956.
154. Білорус Т.В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства: Монографія. – Ірпінь: НАДПСУ, 2007. – 174с.
155. Егоршин А.П. Управление персоналом. / А.П. Егоршин. – Н. Новгород: НИМБ, 1997. – 607с.
156. Журавлев П.В. Технология управления персоналом. Настольная книга менеджера. / П.В.Журавлев, С.А.Карташов, Н.К.Маусов, Ю.Г.Одегов. – М.: «Экзамен», 1999. – 576 с.
157. Одегов Ю.Г. Управление персоналом: Учебник для вузов. / Ю.Г.Одегов, П.В. Журавлев – М.: Финстатинформ, 1997. – 878 с.
158. Управление персоналом организации: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 2-е изд., доп. и перераб. – 638 с.
159. Тархов П.В. Людський капітал в структурі капіталу підприємства / П.В.Тархов, В.А. Омеляненко [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nadoest.com/lyudsekij-kapital-v-strukturi-kapitalu-pidpriyemstva-prof-tarh>
160. Карл-Эрик Свейби. Растущая роль координации модели производства знаний. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/IntangibleMethods.htm>

161. Жураковська І.В., Сова Ю.С. Методичні аспекти оцінки рівня інтелектуального капіталу підприємства: обліковий вимір. / І.В. Жураковська, Ю.С. Сова // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. - 2012. – Вип. 9(1). – С. 398–410.
162. Крикун Н. Методичний інструментарій оцінки інтелектуального капіталу підприємства / Н. Крикун, О. Веретенникова // Сайт Всеукраїнської експертної мережі. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=44081&print=Y.
163. Євсєєв А.Д. Методологічні аспекти оцінки вартості інтелектуального капіталу / А.Д. Євсєєв // Економіка пром-сті. – 2012. – № 3-4. – С. 336–345
164. Анисимова О. Н. Проблемы оценки интеллектуального потенциала промышленных предприятий / Анисимова О. Н. // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2012. № 6 – С.124-127.
165. Нефинансовые оценки интеллектуального капитала. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.patent-ua.com>.
166. Шипулина Ю.С. Концептуальные основы управления инновационным развитием предприятия на основе приведения в соответствие его внутренних и внешних возможностей / Ю.С. Шипулина // Научные основы маркетинга инноваций : монография в 3 т. Том 1. / под. ред. д.э.н. профессора С.Н. Ильяшенко. – Сумы: ООО "Печатный дом "Папирус", 2013. – С. 103-116
167. Школа В.Ю. Роль інтелектуального капіталу у забезпеченні розвитку інноваційної соціально-економічної системи / В. Ю. Школа, В. О. Щербаченко // Соціально-економічна мотивація інноваційного розвитку регіону: [монографія] / за ред. д.е.н., проф. О.В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2012. – С. 81-86.
168. Бузько І.Р. Формування методологічних основ розвитку персоналу / І.Р. Бузько, Ю.Ю. Д'яченко // Актуальні проблеми економіки. –2012. – №3 (129). – С. 8-12.

169. Лютий Ю.М. Інтелектуальний капітал і платоспроможність;

170. Волощук Л.О., Скороходова Л.В. Технологія оцінки і обліку інтелектуальної складової діяльності як передумови для комплексного аналізу інноваційного потенціалу виробничого підприємства / Л.О. Волощук, Л.В. Скороходова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 89-93. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>
171. Кендюхов О. В. Інтелектуальний капітал підприємства: методологія формування механізму управління. Монографія. – Донецьк, ДонУЕП, 2006. – 307 с.
172. Williams M. Is intellectual capital performance and disclosure practices related? McMasters Intellectual Capital Conference. Hamilton, Ontario, 2001.
173. Luthy D.H. Intellectual capital and its measurement. paper presented at the Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting (APIRA) Conference, Osaka. – 1998. [Електронний ресурс] Режим доступу: www3.bus.osaka-cu.ac.jp/apira98/archives/htmls/25.htm
174. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16-26.
175. Brooking A. Corporate Memory: Strategies for Knowledge Management. International Thomson Business, 1998. – P. 231-264
176. McMasters Intellectual Capital Conference. Hamilton, Ontario, 2001.
177. Лукичева Л.И. Управление интеллектуальным капиталом: Учебное пособие. 2-е изд., стер. – М.:Омега-Л, 2008. – 552 с.
178. Львов М. А. Методы и проблемы оценки эффективности управления знаниями при реализации проекта / М.А. Львов // Экономика региона и управление. – 2007. – № 18
179. Л. Н. Марченко, Л. В. Федосенко, Проблемы определения, использования и оценки Интеллектуального капитала предприятиями

- республики Беларусь //Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2009. - №1(2). – С.103-116.
180. Van den Berg H. Models of Intellectual Capital Valuation : A Comparative Evaluation / H. Van den Berg // Working papers Queen's University Kingston, 2003.
181. Збалансована система показників. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/>
182. Ілляшенко С.М. Актуальні проблеми управління інтелектуальним капіталом підприємства / С.М. Ілляшенко // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 2. – С. 92-102.
183. Анисимова О.Н. Проблемы оценки интеллектуального капитала // Бизнес-інформ. – 2012. – №6. – С.124-127
184. Andriesson D. Implementing the KPMG Value Explorer. Critical success factors for applying IC measurement tools. Journal of Intellectual Capital, 6(4), 2005. – P. 474-488.
185. Руус Й., Пайк С., Фернстрем Л. Интеллектуальный капитал: практика управления [Текст] /Йоран Руус, Стивен Пайк, Лиза Фернстрем; перевод с англ. под ред. В.К. Дерманова. – 2-е изд. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента». Издат. дом С.-Петербур. ун-та, 2008. - 436 с.
186. Горовий Д.А. Огляд сучасних методів оцінки нематеріальних здобутків підприємства // теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної алсності – 2013. – Випуск 1, том 2. – С.201-207
187. Бендииков М. А. Идентификация и измерение интеллектуального капитала инновационно активного предприятия / М. А. Бендииков, Е. В. Джамай // Экономическая наука современной России. – 2001. – № 4. – С. 92-104.
188. Grant J. Foundations of Economic Value Added / J Grant, J. Frank. – New Hope: Fabozzi Associates, PA, 1997
189. Copeland, T. Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies / T. Copeland, T. Koller, J. Murrin // N.Y., John Wiley & Sons, 1995.

190. Stewart, G.B. The Quest for Value: the EVA Management Guide / G.B. Stewart. – N. Y.: Harper Business, 1991. – P.47.
191. Tobin, J. A general equilibrium approach to monetary theory ? [Text] / J. Tobin // Journal of Money Credit and Banking. – Vol. 1. – No.1. – Pp. 15-29.
192. Багриновский К.А. Современные методы управления технологическим развитием. Монография. К.А. Багриновский, Е.Ю. Хрусталева, М.А. Бендикова. – М.: РОССПЭН. – 2001. – 271 с.
193. Stewart T. Brainpower? / T. Stewart // Fortune. – 1991. – June 3. – P. 42-60.
194. Knowledge Management Magazine. March, 2000. –[Електронний ресурс]
Режим доступу : www.kmmagazine.com.
195. Корнева О.В. Оцінка ефективності інтелектуального капіталу підприємства з урахуванням негрошових ефектів його використання / О.В.Корнева // Економіка промисловості. – 2011. – №4. – С.324-329.
196. Просвирина И. И. Интеллектуальный капитал: новый взгляд на нематериальные активы / И. И. Просвирина // Финансовый менеджмент. – 2004. – № 4. – Режим доступа : <http://www.dis.ru/fm/arhiv/2004/4/9.html>.
197. Хомич С.В. Проблема виміру та обліку інтелектуального капіталу / С.В.Хомич. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://mev-hnu.at.ua/load/mizhnarodna_naukovo_praktichna_internet_konferencija-5_mekhanizm_efektivnogo_upravlinnja_personalom_pidpriemstv_za_umov_s_uchasnogo_rozvitku_rinku_praci/6-1-0-34
198. Маценко О.М. Підходи до оцінки інтелектуального капіталу / Маценко О.М., Запорожченко О.М. Савельєва К.В. [Електронний ресурс]. Режим доступу: essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/13816/1/24.doc
199. Василенко В.Н. Подходы и методы оценки интеллектуального капитала (теоретический аспект) // Вісник Приазовського державного технічного університету 2011 р. Серія: Економічні науки Вип. 21. – С.134-138.
200. Edvinsson, L. and Malone, M.S. Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower, Harper Business, New York. – 1997.

201. Едвінссон Л., Мелоун М. Інтелектуальний капітал. Визначення дійсної вартості компанії // Нова постіндустріальна хвиля на Заході / Під редакцією В.Л. Іноземцева. М.: Academia, 1999.
202. Sveiby K.E. The Intangible Assets Monitor / Karl-Erik Sveiby [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sveiby.com/articles/CompanyMonitor.html>.
203. Roos J. Measuring the future. – Режим доступу: <http://www.unisys.com/execmag/1998-03/journal/viewpoints2.htm>.
204. Ляпина С. Управление знаниями в организации как основное направление повышения конкурентоспособности / С. Ляпина, Т. Григорьева // Вестник НАУФОР. – 2003. – № 4.
205. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard – Measures then drive Performance / R. S. Kaplan, D. P. Norton // Harvard Business Review. – 1992. – V. 70. – № 1. – P. 71-79.
206. Kaplan R. S., Norton D. P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy Into Action / R. S. Kaplan, D. P. Norton // Harvard Business School Press. – 1996. – 329 p.
207. Нонака И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. – М. : Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с.
208. Андрусенко Т. Интеграция знаний предприятия / Т. Андрусенко // Корпоративные системы. – 2004. – № 2.
209. Товстих Л.Е. До задачі аналізу цінності інтелектуального капіталу (потенціалу) компанії / Л.Е. Товстих // Креативна економіка. – 2008. – № 3 (15). – С. 48-54 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.creativ-economy.ru/articles/3007/>.
210. Букович У. Управление знаниями. Руководство к действию / У. Букович, Р. Уильямс. – М. : ИНФРА-М, 2002.
211. Руткевич М.Н., Левашов В.К. О понятии интеллектуального капитала и способах его измерения // Наукоеведение. – 2000. – № 1.

212. Лежнина Ю.П. Взаимосвязь социально-экономических показателей региона с интеллектуальным потенциалом его населения // www.muh.ru/.Docs/niipo/34_2006.htm.
213. Патора Р. Формування інноваційної культури як основи для розвитку інтелектуального потенціалу підприємства / Р. Патора, Н.А. Цимбаліста. <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1128/1/97.pdf>
214. Мурашко В. В. Організаційно-економічне регулювання використання та розвитку інтелектуального потенціалу. автореф. дис... канд. екон. наук / В.В. Мурашко; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. –23 с.
215. Макаров П.Ю. Специфіка оцінки вартості інтелектуального капіталу / П.Ю.Макаров, Є.В. Бобкова // Журнал про оцінку. – № 18. – 2007, (ч. 2).
216. Козирев А.Н. Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности / А.Н. Козирев, В.Л.Макаров – М.: Интерреклама. – 2003.
217. Мильнер Б.З. Управление знаниями: Эволюция и революция в организации / Б.З. Мильнер. – М.: Инфра-М. – 2003.
218. Козырев А.Н. Тезисы к докладу Интеллектуальный капитал: состояние проблемы (15 апреля 2004 г.) / А.Н. Козырев. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://kozyrev.labrate.ru/kozyrev_doklad_icapital_2004.htm.
219. Вакульчик О.М. Модель економічної діагностики інтелектуального капіталу [Текст] / О.М. Вакульчик, Г.Л. Ступнікер // Економіст. –2009. – №3. – С. 34-39.
220. Швиданенко Г. О. Інтелектуальні ресурси підприємства, які функціонують у зовнішньому середовищі / Г. О.Швиданенко, І. Ю. Гусева // Проблеми економіки 2012. – № 4. – С.181-186.

221. Босак А.О. Інтелектуальний капітал підприємства: комунікаційний аспект // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2008. – № 635 (40) . – С. 7.– 12.
222. Романенко О. В. Стратегічний аналіз використання ресурсного потенціалу інтегрованих підприємств / О.А.Романенко // Економіка розвитку (Economics of Development), 2013. – № 2(66), – С.104-109.
223. Truijens O. A Critical Review of the Resource-based View of the Firm / O. Truijens ; University of Amsterdam, Netherlands. Spouts: Working Papers on Information Systems, 3(6) [Electronic resource]. – Access mode : <http://strouts.aisnet.org/3-6>.
224. Raphael A. Strategic Assets and Organizational Rent Strategic / A. Raphael, J. H. Paul Schoemaker // Management Journal. – 1993. – Vol. 14. – Pp. 33–46.
225. Кубиній Н. Ю. Стратегічний аналіз та його місце в системі управління. Стандарти ресурсного забезпечення конкурентоспроможних підприємств галузі [Електронний ресурс] / Н. Ю. Кубиній, Р. І. Завадяк, О. А. Федрович. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/Ekon/2008_26/statti/1_4.htm.
226. Васильківський Д. М. Формування стратегічних рішень щодо управління процесом підвищення економічного потенціалу підприємства [Текст] / Д. М. Васильківський // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4(130). – С. 162–167.
227. Ендовицкий Д. А. Экономический анализ слияний/поглощений компаний [Текст] / Д. А. Ендовицкий, В. Е. Соболева. – М. : КНОРУС, 2008 – 448 с.
228. Мних Є. В. Економічний аналіз : Підручник [Текст] / Є. В. Мних. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 412 с.